د.مأمون طربيه

السلوك الاجتماعي للفرد

موضوعات تطبيقية في علم النفس الاجتماعي



دار النهضة العربية



السلوك الاجتماعي للفرد

(موضوعات تطبيقية في علم النفس الاجتماعي)



مكتبة سور الازبكية
تليجرام
s://t.me/kotokha
@KOTOKHATAB

السلوك الاجتماعي للفرد

(موضوعات تطبيقية في علم النفس الاجتماعي)

د.مأمون طربيه

2012



دار النهضة العربية

رقم الكتاب :1396

اسم الكتاب :السلوك الاجتماعي للفرد

المؤلف :د. مأمون طربيه

الموضوع :اجتماع

رقم الطبعة :الاولى

سنة الطبع :2012م. 1433هـ

القياس :17 × 24

عدد الصفحات :166

منشورات : دار النهضة العربية

بيروت ـ لبنان

الزيدانية ـ بناية كريدية ـ الطابق الثاني

تلفون : 736093 / 743167 / 743166 ـ 1 ـ 961 +

فاكس : 736071 / 735295 ـ 1 ـ 961 +

ص ب : 0749 ـ 11 رياض الصلح

بيروت 072060 11 ـ لبنان

بريد الكتروني: e-mail: darnahda@gmail.com

ISBN 978-614-402-473-7

فهرس الموضوعات

مدخل

نشأت بوادر دراسة سلوك الفرد الاجتماعي منذ ايام المفكرين الاوائل مع كتابات فلاسفة العهد الاغريقي، عندما كانوا يعللون الاحداث الاجتماعية بأبعاد أنسانية، وهكذا لم يُدرس من الناحية النفس اجتماعية بأعتبارأن الفلسفة ام العلوم، فما يقال في مجاله هو «فلسفة» وأي ظاهرة أنسانية أو أجتماعية كانت تعالج بالتحليل الفلسفي، ولعل نظرة على كتابات أفلاطون وأرسطو والفارابي وأبن سينا، نجد ضمن كتاباتهم الفلسفية مواضيع شتى عن النفس الانسانية، الى ان أنبثق علم خاص بها هو علم النفس العام منذ منتصف القرن الماضي مع بعض مفكريه أمثال ديكارت/ جون لوك / هارتلي/ هيوم/ جون ستيورات مل، الذين تطرقوا الى مسائل تتعلق بالفرد ككيان قائم، وأذّاك بدأت تتحدد موضوعات علم النفس بأفكار عن: الدوافع/ التنبيه الحسي/ الرغبة/ التفضيلات/ الانفعالات/ الحاجات/ القدرات العقلية/ التعلم/ الذكاء/ الشخصية.. وغيرها من الموضوعات التي لا زالت محور أهتمام علم النفسس العام اليوم..

مع بداية الثلاثنيات منذ القرن الماضي، وشأن كل العلوم بدأ التخصص والتفرع في مجالات النفس فأصبح هناك علم النفس العيادي/ علم نفس النمو/ علم نفس الطفل/ علم النفس المرضي/ علم النفس الصناعي.. وصولا الى علم النفس الاجتماعي. الذي يهتم نظريا وتطبيقيا بالسلوك الاجتماعي للفرد

***ماذا يعني علم النفس الاجتماعي؟**

لعلـه الاختصـاص الوحيـد الـذي يُنسـب الى أبويـن: فعلـم النفـس يعتـبره أحـد فروعـه، كونـه يتنـاول تأثـر الانسـان بالمحيـط الـذي يعيـش فيـه وبالافـراد الـذي يحيطـون بـه،

وعلم الاجتماع يراه سليل أسرته، بأعتبار أن موضوعاته تهتم بتأثير البيئة على الانسان في أطاره الاجتماعي، كجزء من جماعة وليس كفرد منعزل.. في خضم هذا التنازع الفكري حول أصل هذا العلم، شق علم النفس الاجتماعي طريقه حتى أصبح علما قائما بذاته على يد مجموعة من المفكرين أمثال كاتز وبارون وكرتش وكرتشفيلد والبورت وشريف الذين قدموا أسهامات جلى في مضماره ، وقد أعتبر هؤلاء ان علم النفس الاجتماعي هو:

- « ذلك الميدان الذي يدرس الكائنات من حيث انها تؤثر وتتأثر بالآخرين من اقرانها.» (كاتز)
- «يدرس الطريقة التي يتحدد من خلالها سلوك وتفكير الفرد بسلوك أو خصائص الاخرين، حيث يتواصلون ويتفاعلون حتى يقولون: سلوكنا/ تفكيرنا/ مشاعرنا...التي تبدو أنها متأثرة بقوة في أفعال الاخرين». (بارون)
- «يهتم بكل جانب من جوانب السلوك الاجتماعي للفرد... فالسلوك المتفاعل يعكس التأثير المتكامل لحاجات وأهداف الفرد على أفكاره وأنفعالاته وأدراكاته..» (كرتش وكرتشفيلد)
- « هو دراسة الافراد في صلتهم الاجتماعية المتبادلة وما تحدثه هذه الصلات من عادات وتأثيرات سواء بين فرد وفرد/ او سواء بين فرد وجماعة / او سواء بين جماعة وجماعة اخرى» (يونغ)
- « انه العلم الذي يحاول ان يفهم ويوضح كيف ان مشاعر وتفكير وسلوك الافراد يكون متاثرا بالوجود الواقعي او المتخيل لوجود الآخرين « (البورت)

مـن مجمـل هـذا التعريفـات وغيرهـا نلاحـظ ان علـم النفـس الاجتماعـي يهتـم بدراسـة سـلوك الفـرد وخبرتـه والمجـال الـذي يتـم فيـه هـذا السـلوك (البيئـة) وصـولا نحـو مـا

يتصل بهذا السلوك من عمليات سواء كانت نفسية (كالادراك/ والاتجاهات / الميول/ الذكاء) او أجتماعية (الثقافة/ الجماعة/ الاتصال وتغير الرأي/ القيادة / التتنشئة) او أعلامية (الرأي العام/ الدعاية / الشائعة/ الجمهرة) من هنا يعتبر هذا العلم من أكثر العلوم المعرفية غنى لما يتضمن من تنوّع لمجالات الدراسة والبحث وكونه على تماس مع أربعة مجالات تخصص هي : علم النفس/ الاجتماع/ الاعلام والخدمة الاجتماعية ... كما تبين لنا موضوعاته المتعددة.

***ما هي ابرز موضوعات علم النفس الاجتماعي؟**

تأتي أهمية هذا العلم ليس من كونه يتناول ويحلل مواضيع نفس- أجتماعية، وأنما بأعتباره يعالج هذا الموضوعات بأساليب تجريبية، فهي لا تبقى على مستوى التنظير والتفسير الفلسفي بقدر ما يتم مقاربتها عبر أكثر من تقنية معملية اوأختبار في الحقل.. ومن المواضيع الهامة التي تذكر في سياق هذا العلم:

- **الطبيعة الاجتماعية للانسان**: بمعنى هل يستطيع الفرد ان يعتمد على نفسه في حوائجه أم انه بحاجة لمساعدة الاخرين؟ كيف يتساعد وأيّاهم؟ ماذا يقدم لهم؟ وما ينتج عن هذا التفاعل- التعاون؟ وماذا يحدث فيما لو كان الانسان بمفرده؟ هل للأجتماع دور؟ الى ماذا تفضي الوحدة والانزواء....؟

- **النزعة نحو السلطة**: هل صحيح أن الانسان مفطور على حب السطوة والنفوذ والغلبة في قيادة الناس؟ كيف تتغلب مشاعر التأثير لدى أفراد محددين على أفراد آخرين؟ إلم يعود ظروف الحكم ؟ هل ينبغي توفر مقومات لمن يريد ان يسود؟

- **التنشئة في ظل الاعلام**: هل صحيح ان الانسان هو نفس أعلامية يعيش بالخبر ويحيا بالصورة؟ كيف يكون جزءا من رأي عام ؟ كيف يتأثر به؟ ما موقفه ازاء الشائعة او الدعاية؟

- **المسافات الاجتماعية**: كيف يمكن ان نفسّر تقارب أناس من جماعات وأبتعادها عن جماعات أخرى؟ هل يشيع فعلا بين الناس ما يسمى بغريزة المحاكاة؟ هل هناك نزعة فطرية تدفعني ان أقترب من شخص دون آخر؟ ما السر في رغبة الاقتراب والتجنب؟ كيف يمكن تبينها بالأختبار؟

- **التفريغ الانفعالي**: اذا كان الانسان يعيش واقعا إجتماعيا غير متكيّفا، او يمر بظروف قاهرة ؟ كيف يمكن مساعدته على التخلص منها؟ هل ثمة تقنيات ينبغي إستخدامها للتفريغ والإسقاط؟ أيٌّ دور يلعبه الإسقاط؟ واي دور يتطلب من الانسان المقهور بذاته حتى يخرج مما به؟ كيف السبيل الى ذلك سيكولوجيّاً؟

مقدمة في السلوك الاجتماعي

ماذا نعني بالسلوك؟

هو تصرف يقوم به الفرد وفق ما يرضيه وما يرضي المجتمع كي يحقق السعادة لذاته، وتلعب هنا عملية التكيف الاجتماعي دورا في رسم معالم هذا التصرف، عندما يقوم المجتمع بوضع مقاييس للسلوك المفترض وتتولى عملية التكيف هذه تطبيع الانسان وفق هذه المقاييس، وتبعا لذلك أصبح كل سلوك يعتبر إجتماعيّا او غير إجتماعي بمقدار قربه او بعده عن ذلك المقياس، مثال : الرجل الذي لا يرتشي لديه سلوك شريف تجاه الامانة.

وقد عرّفت معاجم علم النفس السلوك على أنه : «مجمل الاستجابة الكلية على الصعيدين الحركي والغددي، التي تصدر عن كائن عضوي ازاء اي وضع او موقف يواجه هذا الكائن ويدعوه الى القيام برد فعل» (1) اما عن السلوك لاجتماعي (social behavior) بحد ذاته فهو "السلوك الذي يسلكه المرء بالنسبة للمتطلبات والمستلزمات الاجتماعية وحيال الجماعة التي ينتمي اليها او ازاء الافراد الآخرين ." (2) وفق نظام اجتماعي وطابع توافقي للعلاقات الاجتماعي. ويلعب في تحديد السلوك الاجتماعة جملة عوامل مؤثرة منها ما نفسي ومنها ما هو اجتماعي:

1) **العوامل النفسية للسلوك:**

بفضل اختبارات الطب النفسي تبين ان هناك الكثير من المظاهر السلوكية تعود الى دوافع لآشعورية ونزعات تكوينية في المراحل العمرية المبكرة .. فالفرد اذا اصيب في مرحلة التنشئة الاولى بصدمة عاطفية او نفسية او جسمية

او انفعالية فأنه من المحتمل ان يصبح شخصا منحرف السلوك تنبذه جماعته وقد يقاسي من هذا النبذ طيلة حياته ويشب على حالة غريبة من التصرفات غير الموزونة نتيجة الصراع الداخلي القائم بين القواعد التنظيمية الاجتماعية المفروضة والدوافع الغريزية التي تحركه لهذا يتحدث علماء النفس الاجتماعي عن ظاهرتين في اطار هذه العوامل :

أ) **الانحراف العصياني**: وينتج عن تشدد من قبل شخص تجاه آخر، كحال تزّمت الوالدين في معاملة ابنهما او يكون نتيجة التناقض في اصدار الاوامر بين المنع والاستجابة، ومع حالة هذا التضارب – التناقض قد يصل المرء الى الشعور بالقهر او الارباك او اللامبالاة فليجأ عندها الى سلوك اجرامي يعاقب به نفسه، ليتخلص من العقدة الناتجة عن الشعور بالاساءة والحيرة

ب) **الاضطراب العاطفي**: وهو ناتج عن عدم الاطمئنان والقلق بل هو ثمرة الحرمان العاطفي (عدم الاشباع) ومثل هذا الإنعدام والحرمان لا يؤدي الى عدم تكيف وحسب بل الى اضطرابات سلوكية.. ذلك ان المتوتر عاطفيا والقلق والمحروم يحتاج الى مخرج للتعبير عن رغباته، فيأتي السلوك الانحرافي بمثابة مصرّف سهل للعواطف المكبوتة والاندفاع نحو اعمال غير معتاد عليها في سبيل اشباعها وتعويض ما فاتهم . كما هو الحال في الكبت الجنسي والاتجاه نحو الافلام الاباحية، حيث اشارت دراسة بالعينة حول **تأثيرالفضائيات على السلوك الاجتماعي للشباب الجزائري (السلوك الجنسي نموذجا)** بأن تأثيرها يتعاظم مع نشر المعلومات المتنوعة والصور المختلفة حول كافة الموضوعات، ولأن التساؤل المطروح هو كيف تؤثر القنوات الفضائية على السلوك الجنسي للشباب العربي؟ وهل تدفعه

الصورة الفضائية إلى تغيير سلوكاته الجنسية؟ وجدت الباحثة (3) أن 95 % من العينة أكدوا أن المعلومات الجنسية تنقل عن طريق وسائل الإعلام وأن 89 % من العينة ذكروا أن التلفزيون هو الوسيلة الأكثر استعمالا للحصول على المعلومات الجنسية ، ذلك أنه يمكّن الأفراد من الحصول على المعلومات بالصور وبطريقة مفصلة وذلك بنسبة 33 % وأن هناك مجموعة تمارس الجنس نتيجة تأثرها بالصور الجنسية المعروضة في الفضائيات سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، أي عن طريق التفكير في الممارسة أو تحقيق الممارسة بعينها ومجموعة أخرى لا تمارس الجنس وترفض الممارسة لإعتقادها أن الممارسة الجنسية يجب أن تكون ضمن علاقة رسمية مقبولة إجتماعيّا وهي الزواج. اذن بطريقة غير مباشرة يؤثر المضمون الاعلامي على السلوك الاجتماعي للفرد في بعض اتجاهاته العاطفية، ذلك أنه يتوجه للفرد من أجل تسليته والترفيه عنه أولا، لكنه عبر ما يقوم به من خلال هذه التسلية يحمل أفكارا ومعتقدات ينقاد لها المشاهد بأسلوب عاطفي أكثر منه عقلي.

2) **العوامل الإجتماعية للسلوك** :

برأي بعض الباحثين لا يفسر السلوك الاجتماعي فقط من خلال عوامل نفسية معينة بحد ذاتها، بأعتبار ما ينتج عن هذا السلوك من مشاكل هو تركيب معقد، يشترك فيه عوامل بيولوجية او نفسية او اجتماعية او اقتصادية واعلامية نذكر لبعضها:

أ) **الاسرة**: وفيهـا تتشـكل الخطـوط العريضـة للشـخصية الانسـانية حيـث تضـع

قواعـد التفكـير والمعايـير والقيـم وتأخـذ في تعليـم افرادهـا كيـف ينبغـي احـترام نمـاذج السـلوك. وتزويدهـم بوسـائل التكيـف مـع المحيـط لهـذا ليـس غبثـا ان يركـز التربويـون عـلى الـدور اسلوبالتنشـئة الـذي تضطلـع بـه الاسرة تجـاه افرادهـا في مراحـل عمرهـم الاولى واللاحقـة وذلـك بالسـؤال عـن اسـاليب التنشـئة المتبعـة؟ كيـف تتسـم العلاقـات القائمـة بينهـما وبـين الابنـاء؟ في ظـل اي منـاخ اسري يترعـرع الاولاد؟ مـا هـي طـرق التربيـة المعتمـدة: ابالتسـلط وفـرض الـرأي ام بالحمايـة الزائـدة، أبالأهـمال ام بالتدليـل، أبالقسـوة والتشـدد أم بالتذبـذب والتسـاهل؟ اذ النظـر في هـذه المسـائل يكشـف عـن النمـط التربـوي الذيـن ينشـأ عليـه الابنـاء ويصـور السـلوك الاجتماعـي الـذي يمكـن ان يكـون عليـه افـراد الاسرة فيـما بعـد :

- **فاذا ترعرع الولد في بيئة تنتقده على الدوام، نشأ على نبذ ألاخرين**
- **واذا نشأ في بيئة اسرية تشجعّه، تعلّم أن يثق بنفسه**
- **واذا عاش في تربية قوامها الخوف يصبح على الدوام متوجسا من الشر**
- **واذا تربى في بيئة تمتدح فضائله، تعلم ان يكون قادرا**
- **واذا اسس على الانصاف، تعلم ان يقدر العدالة**
- **أمّا اذا اوتمن فقد يترعرع على حب الصدق ويمارسه في حياته.**

ويـرى علـماء النفـس الاجتماعـي بـأن طـرق التعامـل في الأسرة لهـا أثـر بـيّن عـلى شـخصية أفرادهـا داخـل المنـزل وخارجـه وربمـا طـوال حياتهـم وفي مختلـف سـلوكهم الاجتماعـي، فعـلى سـبيل المثـال أذا نظرنـا الى علاقـة الاب

بأبنته فأنها تُوصف وفق السياق الذي تتخذه:

- أذا منح الاب أبنته الاهتمام وفتح معها جسرا من الحوار الصريح من شأن ذلك أن يجعلها ذات ثقة بذاتها وصاحبة أتخاذ قرار وعلى العكس من ذلك أذا كانت علاقة الاب بأبنته متوترة فأن علاقتها بزوجها قد تتوتر في المستقبل.
- وعندما يدلل أب أبنته بشكل مبالغ فيه فأنها تعتقد أن هذا هو النمط المناسب في التعامل معها والذي يجب ان يكون أن عليه الاخرون عند التعامل معها.
- وهناك أب ينأى بنفسه عن أبنته معتقدا أنه يتبع أسلوب تربوي سليم، ألا أن مثل هذا الابتعاد من الاب يُشعر الابنة بأنها غير ذي قيمة لديه وبالتالي تتعزز لديها فكرة أنها غير مرغوبة من الآخر، خاصة الشباب الذين قد يتقدمون اليها للزواج.
- أما الاب الذي تتعدد علاقاته النسائية وتعلم عنها أبنته فهو يمثل بالنسبة لها كارثة نفسية لان ذلك يجعلها تشكك في كل من حولها ولا تقوى على أقامة علاقة متوازنة مع أي شخص يتقدم للزواج منها.
- وفي حالة البنت التي تتربى بعيداً عن الأسرة وتحديداً الأب فأنها تحاول أن تقوي نفسها بنفسها وتبني شخصيتها بطرق مختلفة لتعوّض ذاتها عن الأمان – الدعم- الذي حُرمت منه (4)

ب) **الصحبـــة** : يتوقـــف أمـــر تأثـــير الصحبـــة في الســـلوك عـــلى شرطـــين: مـــدى الإســـتجابة مـــن قبـــل الفـــرد نفســـه، ومقـــدار تأثـــير الآخريـــن عـــلى الفـــرد.. هـــذا

يعنـــي أن ســـلوك الفـــرد الإجتماعـــي مرهـــون بنوعيـــة الاصدقـــاء والاصحـــاب الـــذي يرافقهـــم، مـــدى الوقـــت الـــذي يقضيـــه معهـــم وطبيعـــة الاعـــمال التـــي يجتمعـــون لأجلهـــا (لهـــو وتســـلية / دراســـة/ تحقيـــق هوايـــة مفيـــدة/ ..) وقـــد بينـــت بعـــض الدراســـات ان مـــزاج الاطفـــال مثـــلا واحكامهـــم التقديريـــة يتفـــق بمـــا نســـبته 45 % مـــع والديهـــم و35 % مـــع اصدقائهـــم وبنســـبة 5 % مـــع معلميهـــم وهـــذا يشـــير الى اهميـــة دور الصحبـــة التـــي تلعبـــه في تقريـــر ســـلوك الرفـــاق. كذلـــك بينـــت دراســـة ميدانيـــة عـــن الشـــباب ان 29 % منهـــم يـــرون ان معيـــاري القرابـــة والجـــوار الســـكني يشـــكلان الاطـــار الافضـــل لاختيـــار الاصدقـــاء والرفـــاق وان مـــدى الاختـــلاط والمعـــاشرة في هذيـــن الوســـطين قويـــة جـــدا اذا مـــا قيســـت بمثيلاتهـــا في المدرســـة والجامعـــة ومـــكان العمـــل مـــما يســـاعد عـــلى امكانيـــة التأثـــير المتبـــادل بـــين جماعـــة الرفقـــة الشـــبابية بســـهولة أكـــبر (5)

ج) **الظروف الاقتصادية**، بحسب رأي افلاطون ان حب الثروة والجشع المادي هو السبب الاهم في السلوك الاجرامي، بأعتبار أن سوء الأوضاع الإقتصادية وما ينتج عنها من فقر وبطالة وجوع تؤثر على السلوك اليومي فتدفع ببعضهم إلى التصرف بعدوانية او عنف من اجل ان يأكل، وقد يعمد في سبيل ذلك إلى السرقة أو القتل أو اثارة الشغب او الانضمام الى عصابات تقوم بأعمال غير مشروعة (تهريب/ تزوير/ متاجرة بالممنوع) مما تنعكس سلبا عليه أو على اسرته ومجتمعه لهذا يقال البطالة ام الرذائل. وفي دراسة بالعينة طالت 92 أمرأة تمارس البغاء سألن هؤلاء المومسات عن الاسباب التي أدّت بهن الى ممارسة الدعارة كمهنة، لتأتي الاسباب الاقتصادية (52 %) في رأس قائمة

الاسباب الدافعة، حيث اشارت حوالي نصف العينة الى ان الظروف الاقتصادية الصعبة من فقر وعوز وحاجة الى المال هي ما يدّفعهن غالبا الى استخدام البغاء كوسيلة للعيش(*)، حيث تبين لدى من نسبتهن 1.5 % أن الحاجة للمال هي والسعي اليه مهم بأية وسيلة كانت، بل هو كل شئ بالحياة حسبما عبّر من نسبتهن (30 %)عن ذلك.(6) فهل يمكن القول ان الظروف الاقتصادية هي العامل وراء السلوك الانحرافي؟ وبالتالي هل السعي نحو المال قد يكون من الاسباب الدافعة نحو سلوك اجتماعي ما؟

د) **وسائل الاعلام**: لا يختلف اثنان على ما للاعلام من تأثير على مسار حياة الناس ليس فقط على تفكيرهم ومعارفهم وإنما على مسار تصرفاتهم اليومية، فالإعلام المكتوب عبر الصحافة المكتوبة والمواقع الالكترونية والمنشورات تساهم في إيجاد «إتجاه» ذهني خاص لدى المستهلك الاعلامي. حتى تصبح لديه بمثابة المعتقد الذي يحرك سلوكه الاجتماعي وتطبعه بخصائص فكرية وانفعالية مميزة. إلاّ أنّ التأثير الأبرز فهو للأعلام المرئي من تلفزة وسينما ومسرح وأنترنت وأقراص مدمجة حيث بات لها الدور المؤثر في إيجاد نماذج سلوكية معينة يحتذيهاالشباب لجهة الكثير من طرق التفكير واللباس والطعام والتعبير عن الرأي، هذا فضلا عن تعزيزها لما يسمى بالسلوك غير الطبيعي الذي يعني سلوك الاجرام والاغتصاب والقتل والاعتداء على نحو ما ترد في افلام العنف. ونشير في هذا الاطار الى ظاهرة انتشرت مؤخراً في بيروت نتيجة الصرعات المستوردة عبر بعض وسائل الاعلام، إذ أصبح مألوفا رؤية الشباب بأشكال غريبة، فتسريحات الشعر مستوحاة من أشكال

الديناصورات والمخلوقات الفضائية الخرافية والالبسة الداخلية لا بد من ابرازها، وهناك الذين يخفون وجههم بشعرهم الاسود المسدول على العين وتلك اللواتي يرتدن ملابس ضيقة جدا عليها رسوم وخربشات لنجوم الهارد روك يميزهن خصلات شعر وردية أو مصبوغة بلون نبيذي فاقع مع ارتداء لسلاسل معدنية كثيرة في الرقبة والعين والانف واماكن متعددة من الجسم يعرفون بجماعة ال: ألآيموز (EMO's).. ومن تأثيرات الاعلام على طالبات جامعيات لجهة الملبس ما يعرف بصرعة الـ: "غوثيك"، (نسبة لمجتمع الغوث الذي عرفته اوروبا ايام الامبرطوارية الرومانية وهم فلاحون اميون بسطاء لهم اسلوب هادئ بالتعاطي مع الناس) ما يميز فتيات هذه الصرعة ارتدائهن لفساتين سوداء مخرمة وجزمة الجندي العسكرية واستماعهم الدائم لموسيقى الهارد روك.

*** انواع السلوك:**

يمكن التمييز بين انواع عدة من السلوك، نعرض لبعضها :

1) **السلوك المتعالي** : يتمثل في النظر الى المجتمع نظرة فوقية، متصورا صاحب هذا السلوك نفسه على انه فوق طينة البشر وباقي افراد المجتمع هم على شئ من الدونية او البدائية وكثير ما يعود هذا السلوك الى اسس نفسية مبعثها الاعتداد او الثقة المفرطة في النفس . نقيض هذا السلوك هو «التواضع» التي يتمثّله الاشخاص المشبعين بقيم دينية وفكرية سامية

2) **السـلوك الجاهـل:** يظهـر عنـد أؤلئـك الافـراد الذيـن يقدمـون لأول مـرة الى محيـط غريـب عليهـم، حيـث يجهلـون العـادات والتقاليـد والقيـم فيقعـون في حماقـات كثـيرة عـن غـير قصـد (كحـال الريفـي او سـاكن الباديـة حـين

يــزور المدينــة لأول مــرة) ذلــك لان صاحــب هــذا الســلوك يتــصرف وفــق معايــير ســبق ان مارســها وطبقهــا في مجتمعــه واذا مــا حــاول ن يمارســها في المجتمــع يبــدو ســلوكه مســتغربا قــد يبعــث عــلى الضحــك او الاســتهزاء لهــذا يــتردد بعضهــم عــن فعــل شــئ اذا كان في مجتمــع غريــب عنــه.

3) **السلوك الناقم** : ويظهر على بعض المنهزمين من معركة المجتمع نتيجة تتالي الفشل المتكرر والإحباط واليأس، يضاف إليهم «المعقدون نفسيا» الذين فشلوا في التوافق مع المجتمع فيسلكون سلوكا ساخطا على كل القوانين الوضعية، اصحاب السلوك الناقم نزعوا ثقتهم من كل المحيطين بهم وقد لا يعلنون عن ذلك ولكنهم يتصرفون على اساس انتقامي. يضربون بعرض الحائط كل الاعتبارات والقيم والمعايير لهذا يبدو سلوكهم ناقما.

4) **السلوك المتوازن:** حيث لا تعال ولا جهل ولا نقمة بل يتصرف المرء على اساس موضوعي، يقدّر ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه ويتفاعل معه.. هذا لا يعني انه لا يواجه صعوبات ومشاكل وانما يعمل بكل هدوء وإتزان على وأستيعابها وتداركها ضمن قدراته دون أي سلوك انتقامي. ميزة صاحب هذا السلوك انه منسجم مع ذاته ويعمل دوما على تحسين ضغوط البيئة التي يعيش فيها، ويتمتع بقوة شخصية خالية من العيوب والامراض النفسية ويحسن طرق التواصل والتعبير مع الاخرين بعيدا عن الثورة والعنف.لهذا يعرف بصاحب السلوك « المتكيف»

***هل يوجد سلوك سوي مئة بالئة من الوجهة الاجتماعية؟ الى اي مدى يمكن أعتبار السلوك غير الشريف أنحراف عن المعيار وبحاجة الى عملية ضبط؟**

مــن نمــاذج الســلوك غــير الشريــف تذكــر المهــن التــي تــدور حــول الربــح السريــع بالوســائل الســهلة بــدون خــرق للقوانــين بشــكل صريــح أنمــا مــن خــلال التحايــل عليهــا،

حيث يعمل نفرٌ من الناس بشكل أحترافي في أعمال سهلة مربحة دون الوقوع في فخ السلوك الجانح وينجحون في قلب المفاهيم التي دفعتهم للقيام بهذه الاعمال حتى تبدو وكأنها كانت بحكم الضرورة، كذلك هناك من يخرج عن ما هو شائع من قبول طوعي للقواعد لعدم أقتناعه بها ويقدّم التبريرات الكافية التي جعلته يخرج عنها، فهي بالنسبة له ليست مستنكرة أوممنوعة أومحظورة والا لما كانت سائدة في مجتمعات أخرى مختلفة عن بيئتهم ومجتمعهم.

هنا ثمة فئة جانحة تحت ستار من التكيّف الأجتماعي السطحي، المبرّر بأعذار أقبح من أرتكابها، عملاً بالمبدأ الميكافيللي: **الغاية تبرر الوسيلة**، فأمورهم تتعلق بالغايات أكثر مما تتعلق بالوسائل، فهم يريدون الوصول الى غاياتهم ومنافعهم الخاصة ولكن عبر طرق مشكوك في أمرها، أيّا كان أمر السلوك (التصرف) فأنه بحاجة الى قاعدة (معيار/عرف) والى سلطة (ضبط) تراقب تنفيذه فأذا غابت الرقابة كثُر الأعتداء على القاعدة وأذا غاب التعاضد الاجتماعي كّثر السلوك غير الشريف الذي قد يتحول مع الوقت الى أنحرافات خطيرة. لكن النقاش عند العاملين في الدراسات الاجتماعية لآزال مفتوحاً وذلك لأختلاف وجهتي النظر بين: **البحث لماذا ينحرف الناس**؟ الى البحث **ما الذي يدفع الناس الى الانحراف**؟ في الوقت الذي يُرجع كثير من الباحثين التصرفات المنحرفة الى شخص مرتكبها، هناك باحثين آخرين يعتبرون مسؤولية الأنحراف ليست محض شخصية وأنما هناك مسؤولية أجتماعية أيضا في حدوثها، ذلك أن كثير من حالات الأنحراف تكون كرد فعل على فعل (التلامذة المشاغبون..هل هم يشاغبون ويعمدون الى السلوك الفوضى من تلقاء ذاتهم أو كرد فعل على ممارسة قهرية يمرون بها؟) وبالسياق ذاته بالنسبة للناس الذين ينقصهم اللطف والتهذيب تصبح فظاظتهم وتصرفاتهم مثيرة للريبة. قد يكون الجواب على تصرفاتهم بديهي وهو أن أمهاتهم لم يربيّنهم تربيه صالحة، لكن ثمة أسباب أخرى خلف «السلوك اللاتربوي» الذي يقوم به

بعضهم وهو أن الناس نتاج الأمكنة التي يأتون منها، ونتاج القيم السائدة في بيئتهم ونتاج المعاملة حيث يعملون، ذلك أن القيم والمناخ الاجتماعي له تأثير كبير على سلوك الافراد.

وعلى ذلك لا يفهم السلوك السوي ولا يدرك إلا بالسلوك الشاذ عملاً بقاعدة: بضدها تتميز الأشياء، وهكذا إذ كان السلوك الشاذ (غير الشريف) هو السلوك الذي يحدث في مجتمع دون اعتبار للنظم ومراعاة القوانين المعمول بها ويظهر على شكل انتهاك صارخ يجر على صاحبه آثار سيئة وقد تلحق به إضرارا لا تقدر بثمن، فأن السلوك السوي يفهم على انه التصرف النبيل وفق معايير المجتمع والالتزام الاخلاقي بمقتضيات الآداب العامة وانظمة العمل واحترام شرعة القوانين التي تنتهجها هيئة أو دولة ما تجاه ابنائها بشكل واع ومدرك ومسؤول.

في الخلاصة:

يبقى السلوك الاجتماعي للفرد غير ثابت علميا وعمليا، إذ قلّما يوجد سلوك إجتماعي سليم خال من المآخذ حتى ضمن الجماعات المتجانسة نجد من لا يمكن ان يُرضي جميع الاذواق في سلوكياته وتصرفاته مهما أُوتي من لباقة ومقدرة، فأرضاء جميع الاذواق ونيل ثقة الناس جميعا امر مستحيل ولعل السبب في ذلك يعود الى تبدلات الحال من الفرد نفسه ومن الوسط الذي يعيش فيه، فكل منهما يتحرك والسلوك الاجتماعي يفترض ان يكون متحركا.. مما يعني ان السلوك مرهون بحركة المجتمع الافقية والعامودية، اي ما كان مقبولاً كسلوك منذ سنوات قد يبدو مستهجنا اليوم وما يؤخذ به من تصرفات في مجتمع (الريف) قد لا يكون له الاهمية والاعتبار ذاته في مجتمع آخر (المدينة) لهذا يرى بعض علماء النفس الاجتماعي بأنه لا يمكن تحديد قواعد للسلوك الا بطريقة افتراضية او تقريبية.

وعلى ذلك سوف نقارب مفاهيمنا للسلوك الاجتماعي الخاص بالفرد في عدة مواقع يمر بها وهي على التوالي:

1. **الفرد والسلوك القيادي**
2. **الفرد والسلوك الجماهيري**
3. **الفرد والسلوك التفاعلي**
4. **الفرد والسلوك التمثيلي**

5. الفرد والسلوك الاعلامي

هوامش المقدمة:

1) د.اسعد رزوق، موسوعة علم النفس، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت، لبنان/ 1987

2) د.اسعد رزوق، المرجع نفسه

3) ليلى سيدي موسى، إشكالية التربية الجنسية في الأسرة الجزائرية (دراسة ميدانية لتلاميذ ثانوية بمدينة البليدة)، رسالة ماجستير في علم الاجتماع التربوي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر. 2001، (غير منشورة).

4) د.مأمون طربيه، علم الاجتماع في الحياة اليومية، دار المعرفة، بيروت / لبنان، 2010

5) المشكلات الاجتماعية للاسرة..دراسة ميدانية حول أوضاع الشباب»، د.اسعد الاتات، مجلة العلوم الاجتماعية، منشورات معهد العلوم الاجتماعية، بيروت، لبنان، العدد الثاني 1992

*) في تحقيق صحفي بعنوان: « بائعات الهوى: ابيع جسدي ولست بعاهرة» تقول احدى المومسات للأعلامية : «ما تفكري انو انت او غيرك احسن مني، مثل ما انت بتستعملي قلمك لتعيشي انا بستعمل جسمي» (عن مجلة الحسناء اللبنانية، العدد 1087، كانون الاول 2009)

6) «البغي بين الضحية والمجرمة: واقع البغاء في لبنان»، رسالة اعدت لنيل شهادة الإجازة في قسم الاشراف الصحي الاجتماعي، سنا حديب وطالبات آخريات، الجامعة اللبنانية / كلية الصحة العامة ، صيدا، 2010.

المحور الاول

الفرد والسلوك القيادي

لو سألنا عشرة أشخاص في أن يحدّدوا لنا مفهوم القيادة فسوف نسمع منهم تعريفات متنوعة، وهكذا الحال بالنسبة للباحثين الذين أختلفت تعريفاتهم عن القيادة بأختلاف وجهات النظر، لكنهم أجمعوا على أعتبار القيادة تُرادف التأثير، أي هي **القدرة على أن يكون لك اتباع**، اذ في الوقت الذي يصبح لديك القدرة على أن يمتثل لك احدهم أو يتبعك في بعض مواقفك فأنك في موقع التاثير وبكلام مواز أنت : قائد.

وقد بيّن السوسيولوجيين ان من يؤثر في شخص واحد يمكن ان يؤثر في ألآف الاشخاص بأعتبار ان تأثيرك في أحدهم سيؤثر بدوره في آخر والاخر بآخر وهكذا دواليك، مما يعني انه في كل لحظة هناك متأثر ومؤثر، جميعنا نعيش شبكة من العلاقات التبادلية القائمة على التأثر والتأثير. لهذا أولى علماء الاجتماع أهتمامهم بموضوع القيادة لما له من علاقة بنظرية الحراك الاجتماعي وحديثهم عن النخبة والقوة والتغيير الاجتماعي عندما أشاروا ضمن هذا الاطار الى ان القيادة مرتبطة بمصطلحات أخرى منها: القوة / السلطة/ المكانة/ الاشراف/ السيطرة / الضبط. وفي هذا السياق يرى الباحث جون ماكسويل في أحدى مؤلفاته عن القيادة بأن القادة الممتازون يتجنبون الاخطاء السبع التالية.

i. أن يكون القائد محبوبا اكثر منه محترما
ii. عندما لا يسأل فريق عمله النصيحة والمساعدة
iii. عندما لا يقوم بالنقد البناء

iv. عندما لا يطور حس المسؤولية لديه او لدى المجموعة

v. عندما يفشل في تقدير مقام الناس ضمن جماعته

vi. عندما لا يغير من نهج قيادته بشكل يتلاءم مع العصر.

1 ـ تعريف القيادة

بالنسبة لعلم النفس الاجتماعي تعتبر القيادة واحدة من أهم المفاهيم المرتبطة ببناء الجماعات بل أن فاعلية الجماعة تعتمد في جزء كبير منها على درجة تآزر الاعضاء وتوجههم نحو الهدف، الذي نادراً ما يحدث إن لم يكن في الجماعة من يقوم بمهمة القيادة. ولا بد من التمييز هنا بين القائد والقيادة، فالقيادة تشير الى العملية في حين ان القائد يشير الى الشخص الذي يشغل مركز اداري داخل الجماعة وهو من الناحية السيكولوجية « الشخص الذي يأخذ الدعم من أعضاء جماعته ويكون قادرا على التأثير في سلوكهم دون تدخل سلطة خارجية». ويذهب فيدلر الى القول بأن القيادة تعني أفعالا معينة يزاولها القائد من توجيه محكم لما يقوم به أعضاء الجماعة من عمل، أما الباحث ستوجدل فيعتبر بأن القيادة هي عملية التأثير في أنشطة الجماعة لاعداد الهدف وللحصول عليه..(1) وعملية التاثيرهذه لا تتم الا اذا توافرت في ممثّلها السمات التالية:

- الاتزان النفسي والفكري
- الاستعداد للعمل
- التنسيق الكامل ومرونة في التعامل مع الاعضاء
- الثقافة الشاملة / سعة العلم/ منطقية التحليل
- الشجاعة والمصارحة
- المهارة في التعامل مع الناس وهذا يتطلب نوعا من الذكاء الاجتماعي
- القدرة على التقمص الوجداني اي فهم وادراك مشاعر الاخرين ودوافعهم.

- القدرة على إدارة المناقشات وحل المشكلات وإستيعاب الأزمات المشحونة بالانفعالات المتوترة.
- الحكمة في أصدار الاوامر وأتخاذ القرارات والمشاركة فيما يعترض الجماعة من صعوبات.

وبالاطار ذاته أشار علم النفس السياسي الى أن القائد غالبا ما يكون لديه هوس بصحته وإقتناع تام بكماله وتفوقه على الآخرين بصفاته غير العادية، ولا يكون ذلك عن طريق أرتباطه بالآخرين او أي أنجاز حقيقي يقوم به هو نفسه وأنما من خلال ما ينعكس على ذاته من تقدير الآخرين له، فتتضخم ذاته تضخما نرجسيا ويزداد تعلقه بهذه الصورة حيث أن قيمته وهويته تقومان عليها، وأذا تجرأ احد على جرح نرجسيته أو قلل من شأنها او أنتقده ثارت ثائرته وأصبحت هناك مؤامرة بنظره (وهذا ما يفسر أحكام الاعدام التي تصدر عن القائد المهووس عندما يعارضه أحد) وتتضح شدة الاستجابة العدوانية في حقيقة ان القائد النرجسي لا يغفر أبدا لمن أساء اليه أو جرح «كبرياؤه» ويظل يبحث عن الانتقام حتى يشفي غليل نرجسيته المجروحة...غير ان النرجسية لا تكفي وحدها لتفسير سلوك القادة السياسيين، فبرأي رواد هذا العلم هناك فئات متعددة من قادة هذا النمط منها:

i. من يختلق الازمات حتى يجاهر خوفه من الموت
ii. من يكمن فيه الشك والتوجس والانعزال الاجتماعي
iii. من يبحث عن عدو أنفعالي ليصب عليه جام غضبه
iv. من يبالغ في أهتمامه بالذات بأتباع مبدأ : أنا أو لا أحد
v. من يميل الى التصلب ويتمسك عنيدا بسياسة فاشلة .

ومن ناحية اخرى يفضلّ كثيرمن الباحثين تعريف القائد بأنه الشخص الذي يبذل تأثير إيجابيا أكبر على أعضاء الجماعة مما يبذلونه نحوه، ويشير مصطلح

«ايجابي» الى التأثير المرغوب من القائد، لهذا تبين لنا ان احراز اي فرد لمركز قيادي في الجماعة ليس حدثا راجعا للصدفة بل يعزى للعديد من المتغيرات المتعلقة بشخص القائد وبالموقف وبالجماعة، كذلك فأن مشاركة الفرد في الجماعة يعتبر من النتائج التي اكدتها البحوث المختلفة، فالشخص الذي تكون مشاركته في الجماعة بصورة عالية من المحتمل ان يصبح قائدها، ليس كذلك فحسب فقد تبين ايضا- وحسبما اشار الباحث ستوجدل- ان الافراد الذين يملكون درجة عالية من المعرفة والذكاء والمهارة والثقة بالقدرات الذاتية يكونوا مؤهلين اكثر من غيرهم لشغل مركز قائد، وفي احد الدراسات التي قام بها كارتر ونكسون حول القيادة، وجد ان الطلاقة اللفظية والاستعداد الكتابي له علاقة بأحراز القيادة، وفي هذا السياق ذكر العديد من علماء النفس ـ وبناء على دراسات تطبيقية ـ الى وجود خصائص اخرى تميز القادة منها السمات البدنية / القدرة على الابتكار الابداع وبعدهما في الاهمية القدرة على التعبير والطلاقة اللفظية، وقد أُعتبرت الصفة الاخيرة هي من اهم الصفات، يليها الحماسة / الثقة بالنفس / المشاركة الوجدانية/ قوة الذاكرة/ وقوة النضج الذهني والضبط الانفعالي..(2).

انطلاقا من هذه التعريفات والسمات الخاصة بالقادة صنف الباحثون انماط القيادة وانواعها في تصنيفات عديدة ابرزها:

1) **القيادة الفردية:**

في هذا النمط القيادي تخضع مبادرة الجماعة لإرادة فرد فارضا عليها قرارته ومرّكزا السلطة في يده، ينفرد بوضع الخطط دون ان يُشرك أو يستشير، يُصدر الاوامر ويصرّ على أطاعتها، يعاقب كيفما يريد ويتبعد عن اعضاء جماعته كثيرا فلا يرونه الا نادرا.. في بعض الاحيان تكون القيادة الفردية مطلوبة في المواقف الصعبة، خاصة عندما تستدعي الضرورة أظهار رقابة

شديدة على التنفيذ، فيُصبح القائد الفردي مثلا اول من يدخل العمل وآخر من يخرج، يحضر دون دون سابق أنذار الى أماكن لا يُعتقد انه سيزورها.. إن القيادة الفردية في عمقها لا يمكن أن تعني إلا ممارسة المركزية على جميع المستويات من قبل فرد معين وبسبب تلك الممارسة المنحصرة به يُصبح مصدر كل شيء، فهو الذي يقرر ما يراه مناسبا له فيما يخص الجماعة الذي يقوم بقيادتها، سواء كانت دولة أو وزارة أو إدارة أو منظمة رسمية أو غير رسمية أو حزبا أو نقابة أو جمعية، أذ:

- **هو الذي يوظف الأجهزة المكونة لذلك الإطار لتنفيذ القرارات،**
- **وهو الذي يوجه عمل تلك الأجهزة،**
- **وهو الذي يتفاوض مع المنظمات و الإطارات الأخرى.**
- **وهو الذي يزايد بأسم الإطار الذي يقوده، أو يقدم تنازلات كما يحصل في الإطارات المختلفة دولا ومنظمات وأحزابا وجبهات ونقابات.**

والقيادة الفردية تلغي حرية الأفراد والجماعات لأن الحرية كيفما كان نوعها، ذلك إن الحرية تُشعر كل فرد بحقوقه الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والمدنية والسياسية، وهي حقوق تجمع بين الخصوصية الفردية والشمولية الاجتماعية. كما تحتم التفكير في وسائل فرض تلك الحقوق واللجوء إلى توظيف تلك الحقوق يجعل الناس جميعا في تناقض مع القيادة الفردية التي ليس من مصلحتها ان يتمتع الناس بحقوقهم المختلفة. ولذلك تلجأ هذه القيادة إلى الدخول في عملية حرمان الأفراد وأعضاء التنظيمات من الحرية على اختلاف نوعها حتى يسلموا من الضغط الذي يفرض تلبية مطالب المتضررين من غياب الحرية. كما ان القيادة الفردية لا تسعى في ممارستها اليومية وفي سياستها إلى تحقيق العدالة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والمدنية والسياسية التي

تجعل الناس في مستوياتهم المختلفة يتمتعون بحقوقهم المختلفة. لأن تحقيق العدالة في الواقع لا يعني إلا التضحية بالمصلحة الفردية في مقابل سيادة المصلحة الجماعية، هو ما لا تقبله القيادة الفردية حتى تستمر في استبدادها وبيروقراطيتها.

2) **القيادة الديموقراطية:**

تعمل على أظهار مبادرة كل فرد وعلى تقّبل جميع الاقتراحات من أعضاء الجماعة وكوادرها، تبادل الاوامر خلالها يتم بلهجة هادئة، يشرح القائد المهات لمرؤوسيه بشئ من الحماس والفاعلية.. يحثهم على العمل بادئا بنفسه كقدوة، تشرف هذه القيادة على كل خطوة تنفيذ وتعتمد النقاش سبيلا في الوصول الى الهدف أو لأجل الفعالية او لحل المشكلات.(مفهوم المناقشة في هذه القيادة لايعني بالضرورة المجادلات التي تتم لإضاعة الوقت واظهار الذات بل تعني عملية عصف الافكار المطلوبة من أجل اختيار الآراء المفيدة لصالح الجماعة..)

وفي إطار القيادتين – الفردية والديموقراطية- يدور نقاش حول أيٌّ النوعين الاكثر أهمية ومسؤولية: **هل يجب ان تترك القيادة في يد واحدة أم لدى قلة من الافراد؟** ذهب البعض الى القول بترّكز القيادة في يد واحدة لزيادة الكفاءة ومنع الفوضى وتفشي الاضطراب، بينما آخرون ذهبوا في الاتجاه المعاكس حيث اعتبروا ان مثل هذه القيادة (الفردية) يمكن ان تقلل من الروح المعنوية، كما يمكن ان تخلق الكثير من الصراعات بين القائد والاعضاء، لذلك رأو اهمية الروح الجماعية في العمل والمسؤوليات..ازاء هذا التباين بين القيادتين في أيّهما أفضل قدم الباحث السيكولوجي **ليبت** نموذجا تطبيقيا عندما أراد ان يختبر تأثير

القيادة الديموقراطية والتسلطية على السلوك، فأختار لذلك مجموعة من الاطفال تقوم بعدة انشطة فنية (اشغال يدوية من الفخار أو الورق/ رسوم/..) تحت اشراف مدربين في انواع مختلفة من القيادة.. فتبين له فروق واضحة بسلوك الاطفال في ظل نمط القيادة الممارس. اذ عندما كان المدربون يمارسون «الجو الديموقراطي» مع الاطفال ظهروا اكثر اهتماما بعلمهم / اكثر تقربا من القائد وحُباً له، اقل سيطرة وتسلطا تجاه بعضهم البعض واكثر حماسا للبناء والاداء والمشاركة على عكس الواقع الذي ظهر عندما مورس عليهم قيادة تسلطية حيث بدو اكثر عدوانية وتنافسا وذلك على النحو التالي:

*** في المناخ الدكتاتوري:**

i. قام المدرب/ القائد وحده بوضع خطة العمل

ii. وزّع العمل للاطفال خطوة خطوة ولم يعطهم فرصة التعرف على كل الخطوات

iii. حدد بنفسه نوع العمل والافراد الذين يقومون به

iv. قام بتوجيه الثناء والمدح ليس على اساس موضوعي ولكن على اساس استنسابي/ ذاتي

v. ظل بعيدا عن التدخل الا في حالة شرح الخطوات.

*** في المناخ الديموقراطي:**

i. أخذ القائد رأي الجماعة (الاطفال) في القرارات التي تتخذ بخصوص النشاط

ii. قام المدرب/ القائد بمناقشة الجماعة في الخطة للتوصل إلى أهداف

iii. اشترك الجميع في أختيار نوع العمل والافراد الذي قاموا به

iv. قام القائد بنقد الاطفال على اساس موضوعي وليس على اساس ذاتي

v. عمل كعضو في المجموعة .

ورغم ان بعض الباحثين يشددون على معارضة القيادة الديموقراطية وينجذبون اكثر نحو القيادة الفردية، وخاصة في الظروف الاجتماعية القاسية او في حالات القلق السياسي حيث الحاجة تكون ضرورية «لزعيم قوي» يتوّحد فيه الجماعة للسير نحو الخلاص المشرّف..لآزال البحث مفتوحا حول أيّ القيادتين يجب ان يكون؟ لقياس تقدير القادة قام الباحث فيدلر بوضع مقياسا يبدأ من أشد السمات المتعلقة بتوجيه الاشخاص من القيادة الديموقراطية (كالتسامح / التقبل/ الانفتاح) الى أشد الخصائص المتعلقة بتنظيم العمل والواجب في القيادة التسلطية (التحكم/ الانضباط./ التوجيه) وبأيجاد معامل الارتباط بين درجات القادة على هذا المقياس وبين درجة فاعلية الجماعة لم يجد فيدلر علاقة تتفق مع التوقع ونوع القيادة، لانه بالنسبة لبعض المواقف كانت القيادة الديموقراطية مناسبة وذات فعالية ومؤثرة وفي مواقف اخرى كانت القيادة الاتوقراطية أكثر فاعلية وتأثير في أداء الجماعة. فالممارسة المفترضة مرهونة اذن بخصائص الجماعة لجهة مدى قيامها بالواجب/ نمط العلاقة القائمة بين الاعضاء وغيرها..

2 . انواع القيادة:

في أنماط القيادة لآحظنا كيف يمكن ان تتحدد القيادة بناء على سمات خاصة بالقائد بينما في الانواع يمكن النظر الى طبيعة العمل المتداول بين الاعضاء والعلاقات القائمة بينهم الذي تظهر بدورها أما رسميا او بشكل غير رسمي وفق التعريف التالي:

1- **القيـادة الرسـمية** : بينـت دراسـات عديـدة كيـف تتضافـر الجماعـة للحصـول عـلى

هـدف معـين بشـكل منظـم (رسـمي) مثلـما يحدث في حـالات أختيار رؤسـاء عمـل او أنتخاب رؤسـاء جمهوريـة في الانظمـة البرلمانيـة. حيـث يتـم اختيارهـم عـلى اسـس ديمواقراطيـة، مـما يجعـل هـذا القائـد - المنتخـب يـأتي ليكـرس ويحافـظ عـلى توجهـات الجماعة...ويلاحـظ كيـف يظهـر عامـل المحافظـة عـلى الوجـود الجماعـي عندمـا يتهـدد وجودهـا خطـر مـا، حيـث تصبـح المحافظـة عـلى هـذا الوجـود فـوق كل الاعتبـارات بشـكل رسـمي يُفـترض مـن الجميـع بمـا فيهـم القائـد: الاحـترام/ الصـدق المتبـادل / المبـأداة والتوجيـة.

2- **القيادة غير الرسمية:** لا تنشأ هذه القيادة بالانتخاب او التعيين بل من خلال التفاف اعضاء الجماعة حول شخص تحبه فيتوحدون حوله، وقد قدم وليم وايت عصابات الشوارع نموذجا عن هذا النوع من القيادة، واظهر كيف ان قائد الشلة/ العصابة يوجه انشطة الجماعة، يمدها بحاجتها المادية/ يعمل كخبير/ يحاول ضبط الصراعات الطارئة بين اعضاء الشلة..مستنتجا هذا الباحث بأن القيادة ليست طريقة بأتجاه واحد بل هناك تأثير متبادل بين القادة والاعضاء وان من يريد ان يصبح قائدا يجب ان يكون على علاقة شخصية مع الجميع، مطلعا على سير العمل منذ البداية، مدركا لخصائص الافراد الذين يمثلهم واهتماماتهم واحتياجاتهم.

3- **القيادة الفوضوية**: كثير من القادة الذين فُرضوا فرضا على جماعاتهم، او اتوا مؤقتا نتيجة ظروف طارئة جعلتهم « قادة مرحلة» قد لا يكونوا حاسمين في أتخاذ القرارات او يتساهلون الى درجة عدم الانضباط او لا يقدرون المسؤولية التي أوكلت اليهم جيدا، فيصبحوا لآمبالين / متشاوفين/ بل تغدو قيادتهم على شئ من الفوضى.

4- **<u>القيادة العظيمة</u>**: اشار اليها الباحث الاجتماعي باريتو في نظريته عن «النخبة» معتبرا ان النخبة هم الافراد الذين يتميزون عن غيرهم من أفراد الجماعات بالذكاء والمهارة والمقدرة ويسميهم باريتو « ذوي الارادة الثابتة» لانهم في أحيان كثيرة هم مسبّبو التغيير الاجتماعي.. ذلك أن القائد العظيم هو من يخلق سلطته الخاصة به، التي تظهر خلال الازمات كحركة أصلاح إجتماعي أو ثورة أو تمرد على واقع غير مرض عنه، فيعمل كقوة دينامية من أجل التغيير.

***ما هو الفارق بين القيادة الفوضوية والقيادة العظيمة؟** يمكن تبين ذلك من وقائع عمل كل قيادة واتجاهاتها فالقادة الفوضويّون :

- ليس لديهم القدرة على تنظيم التفاصيل اي ينشغل قائدها عن فعل اي شئ مطلوب منه، وعندما يعترف بأنه منصرف عن توجيه الانتباه لاي حالة طارئة يكون في الحقيقة قد اعترف بعدم فعاليته.
- غير مستعدين لتقديم الخدمات حيث يعتقدون بأن دورهم للاشراف والسيادة وان الامور المطلوبة تُؤدّى من قبل الاخرين .
- لديهم توّجس من منافسة الاتباع لهم، اي يخاف القائد الفاشل ان يستولى احد اتباعه على قيادته بدلا ان يدرك وبحنكته كيف يجعل الاخرون يؤدون المهات ويكافئهم على نجاحهم فيها.
- أنانيون، يدّعون شرف العمل الذي ينفذه غيرهم، وهذا ما يجعل الاخرين يمتعضون ويكوهونهم.
- يتسمون بعدم الوفاء، يعتبر هذا المؤشر من اكثر مسببات الفشل في كل ميادين الحياة ولكن مع القادة هو على راس قائمة الاخطاء اذا قاموا به، فمن جرّائه قد لا يحافظ على قيادته مدة طويلة لانه يجلب الاحتقار لنفسه

من الاتباع وسرعان ما ينقبلون ضده

في حين ان القادة العظماء هم اؤلئك الذين :

- لا يعتمدون على ثروة أو جبروت موروث وانما على قوة شخصية وعبقرية فذة.
- لا يعتمدون على جهاز بيوقراطي ليساعدهم في الحكم.
- يسعون نحو أرضاء الناس وكسب ودهم ويلتفتون اليهم في الملمات.
- لا يمتثلون للضغوط ولظروف الخارجية.
- يناضلون من اجل ان يتخطى والمألوف ويكدوّن حتى تحني الظروف يتخطوّا أمامهم.
- يؤمنون بمبادئ ويسعون الى تحقيقها كما فعل (موسى/ بوذا / محمد / لينين/ هتلر/ غاندي/ الخميني/ وغيرهم).
- يتمتعون بشئ من الكاريزما التي تشير الى قابلية الشخص على الالهام بفضل سحر شخصيته، التي تنعكس بدورها على المحيطين تأثيرا وسحرا، ولا تعني الكارزماتيكية " آثار الهالة" المخيفة كما هو الحال عند القائد الطاغية الذي يعتمد في حكمه على القوة والخوف الذي يزرعه في نفوس اتباعه (القادة الحزبيين) بل ان الكارزماتيكي يطيعه الناس لما في شخصيته من جاذبية / وسامة/ هالة متواضعة (الانبياء).. ولعل سحر الجاذبية عامل مؤثر في أبقاء القائد قادة عظماء ولو بعد رحيلهم او بالرغم من عدم تواجد الظروف التي تمكن من تسميتهم قادة كارزماتيكيين، فالجنرال ديغول مثلا يمتع ببعض الكاريزما بالنسبة للمعجبين به، وكذلك تشي غيفارا الثوري الكولومبي الذي اظهر مقدرة تأثير استمرت حتى بعد موته.

يمكن ارجاع سحر القادة العظماء الى آثار الهالة او ما يسميه غوستاف لوبون

بـ «الهيبة الشخصية» والتي هي عبارة عن نوع من الجاذبية التي يمارسها فرد ما على روحنا أو تمارسها عقيدة معينة علينا، وهذه الجاذبية الساحرة تشل كل ملكاتنا النقدية وتملأ روحنا بالهيبة والاحترام.. وأذاك تغدو الهيبة اساس كل هيمنة فالانبياء والملوك والنساء ما كان ممكنا ان يسيطروا لولاها.

ويمكننا ان نعيد الأنواع المختلفة من الهيبة إلى نوعين هما : الهيبة المكتسبة وهي التي تأتي عن طريق الثروة والشهرة واحيانا من اسم العائلة.. ويمكن ان تكون مستقلة وهي الهيبة الشخصية وهي شيئا فرديا خاصاً يفرضها الشخص العادي من تلقاء ذاته كشئ نفسي أو ثقافي أو فني يتميّز به حتى تصبح سحر في شخصياته على أؤلئك الذين يحيطون بهم (رجال الدين الاتقياء/ فنانون مشهورون).

إلا أن بعض الناس لا يرون الهيبة إلا في شكلها المصطنع (المكتسبة) لأنها أكثر انتشاراً تتجلى حينما يتولى احدهم منصبا، أو حينما يتزيّ بلقب ما حتى يصبح مكللا بهالة الهيبة (الضباط العسكريون/ القضاة مثالا) لكن هذا يعفينا من الاشارة الى ان الهيبة لا ترتكز بالضرورة على المجد العسكري او الارهاب الديني وانما علة النفوذ الشخصي، فقادة البشر الكبار الذين غيروا وجه العالم كانوا يمتلكون نوعا من هذه الهيبة الشخصية في اعلى درجاتها وعن طريقها استطاعوا ان يفرضوا انفسهم، بعدما كانوا من اصول متواضعة فعملوا عليها حتى اصبح نجاحهم يكلل هيبتهم.

هنـاك عوامـل عديـدة يمكنهـا ان تلعـب دورا في تشـكيل الهيبـة الشـخصية والنجـاح يعتـبر دائمـا واحـدا مـن هـذه العوامـل. فالانسـان الـذي ينجـح والإنجـازات العظيمـة التـي يقدمهـا تفـرض نفسـها لدرجـة لا يسـتطيع احـد عـلى معارضتهـما بسـبب هـذا النجـاح بالـذات. وحالمـا ينتهـي النجـاح تنتهـي الهيبـة، هكـذا حـال « الرائـدون»

حينما يفشلون تختفي هيبتهم والجماهير التي كانت تصفق لهم بالامس تحتقرهم اليوم لمجرد ان الحظ ادار لهم ظهره. وهذه احدى الخاصيات الاساسية للهيبة وهي انها تفرض نوعا من الدهشة على جماهيرها وتنشل عندها اي قدرة على المحاكمة او التقييم وحينما تذهب تلك الدهشة او ينطفئ وهج المجد يستقيظ هؤلاء وتصبح الهيبة عرضة للنقاش ، وعندما تصبح الهيبة كذلك لا تعود هيبة.. لاجل ذلك لم يسمح الذين عرفوا المحافظة على هيبتهم ابدا بمناقشتها .. فلكي تلهم الجماهير وتجعلهم يعجبون بك ينبغي اقامة مسافة بين الهيبة والمناقشة. لهذا يقال : "**السياسة لغز يقضي الشعب طويلا في حله واذا ما وجد الحل فالويل للساسة**".

3. مقومات القيادة:

في كتابه «develop the leader within you” يبين الكاتب الامريكي جون ماكسويل جملة مبادئ رئيسية وهامة هي بمثابة مرتكزات لأي شخص يطمح في أن يلعب دور القائد ومن هذه المبادئ:

A. **الاستقامة**: ولا تعني أن يعرف الإنسان واجباته وحسب بل أن يكون صاحب مبادئ قيمة يؤمن بها، حتى تصبح صورة عنه، لأن نظام القيم الذي لدينا هو جزء منا، يصبح مرشدنا نحو ما نريد ان نفعل، فمن كانت خصاله النزاهة/ الصدق/ الاحترام/ التسامح/ المحبة.. فأنه ولا شك سيكون مستقلا ومستقيما..لايخاف لومة لائم ومن استقام اطمأن باله وعاش حراً. وهذا ما يرغبه الناس في القادة: الحرية.

B. القدرة على **حل المشكلات**: يوجد أربعة اسباب تجعل الناس يقعون في المشاكل: 1) أنهم لا يعرفون « **ماذا**» يفترض منهم ان يعملوا، 2) أنهم لا يعرفون «**كيف**» يجب أن يفعلوا ما هو المطلوب منهم 3) انهم لا

يعرفـون «**لمـاذا**» هـم يفعلـون؟ 4) لأنهـم لم يسـتطيعوا ان يجعلـوا الامـور تحـت سـيطرتهم ... اي بقـدر مـا يحسـن المـرء التـصرف ازاء المشـاكل بوعـي، بقـدر مـا تكـون لديـه القـدرة عـلى حلهـا.

C. **وجود الرؤية:** قليلون اؤلئك الذين يدركون اهمية هذا العامل ليس عند القادة وحسب وأنما في الحياة والعمل والدراسة وغيرها من الامور الحياتية بشكل عام .. فالذين يودون أن يلعبوا دور القائد يجب ان يدركوا مسألتين هامتين: أن يعرفوا الى أين يذهبون؟ وان يكون لديهم القدرة على توجيه انصارهم الى حيث يريدون؟ وهذا هو فعل الرؤية، فهي الهدف/ التطلع/ المجد المرتقب الذي يمكن أن يصل إليه المرء إذا عرف كيف ينظمّه / يخطط له

D. **ضبط النفس**: لا يمكن ضبط الآخرين أن لم يضبط المرء نفسه أولاً، فالعظماء لم يصلوا إلى مجدهم إلا بعدما أمتازوا بشئ من هذا القبيل (SELF-CONTROL)، ضبطوا انفسهم عن إغراءات لا تنتهي.. فلكل من يود الحكم والنجاح في القيادة ان يضع اهوائه ورغباته الخاصة تحت سيطرته ..إذ عندما يفقد القائد السيطرة على ذاته أمام إغراء ما، فكيف له أن يقود ويدير كم هائل من الناس.(3)

4. مستويات القيادة:

...كل شخص يمكن أن يكون قائداً لأنه قد يؤثر بشخص آخر مقرب منه، ولكن ليس كل قائد يمكن ان يكون قائدا عظيما ومهما...وانما كل من يرغب أن يكون قائدا ملهما عليه أن يعي بأن ثمة مستويات يمكن أن تفضي بقيادته نحو الافضل.

أ. تقديـر الموقـع: قـد تختـصر القيـادة في الموقـع الـذي يحتلـه شـخصا مـا، بأعتبـار أن المواقـع والمراتـب هـي مـن تعطـي احدهـم رتبـة السـلطة، إلا إنـه القيـادة هـي أكـثر

بكثير من تولي سلطة، قد تكون السلطة إحدى مظاهر القيادة ولكن ليست هي الاساس ذلك ان صاحب السلطة قد يحكم بالقوة لدرجة تنفّر الاتباع منه، بينما القائد هو من يجعل الآخرين ينقادون ويتبعونه دون أي تأثير سلطوي عنيف. وهنا يكمن السؤال في سمة الموقع: أسلطوي أم قيادي؟ يتحدّد مستوى ذلك من خلال ما يحدث عندما يغادر أحدهم الموقع، مع الأول ينفض عنه الاتباع سريعا، بينما بالنسبة للقيادي الملهم يبقى بالنسبة لأتباعه الرمز وإنْ رحل.. وهذا سر الإلتزام عند الإتباع تجاه قادتهم.

ب . إتاحة السماح، ثبت أن الناس تعطيك بشكل أفضل عندما لا تجبرها بالإكراه على فعله، أي عندما لا تشعر بأنها مجبرة أو ملزمة وهذا ما يعرف إليه القادة سبيلا، فالناس تجد نفسها تتبع قادة معينين لأنهم هؤلاء يعرفون كيف يسمحون لهم بتقديم ما عندهم، يتلخص المستوى الثاني من القيادة في معرفة القادة للقاعدة: لا يهتم الناس بما تعرف إلا بعدما يدركون كم انت مهتم لما تنوي فعله..» هذا يعني أن الحفاظ على القيادة في إحدى مستوياتها يبنى على الثقة وعلى العلاقة المخلصة اكثر من تبنى على قانون ونظام..» تستطيع أن تحب الناس دون تقودهم ولكن لا يمكنك بالتأكيد أن تقود الناس دون أن تحبهم» وتسمح لهم ببناء علاقات ودية معك.

ج. فاعلية العلاقة، عند هذا المستوى يبدأ القادة بقطاف ثمار علاقاتهم الودودة، حيث الأشياء الجيدة بدأت في الظهور والأهداف في طريقها لان تتحقق والمشاكل العالقة اصبح ممكن حلها بأقل جهد ممكن، في هذا المستوى ادرك القائد توجهاته ووضعها أمام اتباعه فأدركوها بدورهم، وحينما تصبح التوجهات ماثلة فأن النتائج الجيدة متوقعة وممكنة. لهذا يعتبر بعض الباحثين ان النتائج الظاهرة لأي توجه هي العامل الاساس والمحرك نحو الفاعلية ومزيد من الإنتاجية.

د ـ التطور الدائم، بعض القادة ليسوا عظماء لأنهم يملكون القوة بل لأن لديهم القدرة على تحريك الآخر وحثه نحو الافضل، وهذه ربما من اهم مسؤوليات القادة ان تُوجد في الاخر الرغبة في العمل، العطاء، في الاقدام.. فالارتقاء لا يتم دونما محفز.. والنجاح لا معنى له ان لم يكن هناك من يقوم به.. وقد ينتهي عندما لا يكون هناك من يدفع احدهم ليقوم به على الدوام.. وسمة هذا المستوى الاخلاص حيث في المستوى الثاني يتبع الناس القادة لانهم يحبونه، وفي المستوى الثالث يتبعونه لانهم معجبون به وهنا في المستوى الرابع يتبعونه لانهم مخلصون وأوفياء.. ولا شك ان ثمن ذلك هو مساعدة القادة لهم على ان ينموا ويتطوروا، عملاً بمقولة : اذا اردت ان يحبك الناس اكثر، ساعدهم على ان يحبوا انفسهم اكثر.. (4)

بالرغم من انه ليست هناك قدرات وسمات معينة بالقائد حيث ان لائحة المواصفات المفترضة تطول وتطول نظرا لتنوع القيادة بين انواع وانماط ومستويات، ونظرا لان شخصيات القادة تختلف باختلاف سماتهم النفسية والذهنية والجسمية والاجتماعية..الا هناك حد ادنى من الخصال التي تميز القادة الاكفاء وهي عبارة عن نمط من القدرات يجب ان يتوفر في احدهم فيما لو رغب ان يكون قائدا ماهرا وهي في: كيفية معاملته الناس وحفزهم على العمل ومدى قدرته على حل ما يعترض جماعته من مشكلات ومتاعب .الا ان الاهتمام الدراسي الابرز بتصنيف القادة كان من خلال النظر في منظورات ثلاث:

1. المنظور الاول وينظر الى القائد كفرد، لناحية شخصيته ككائن بشري له مجموعة من الحاجات يريد اشباعها.
2. المنظـور الثـاني: ينظـر الى القائـد كأنسـان لـه تفاعلـه مـع الاخريـن وهنـاك

توجهات سلوكية داخل الجماعة قد تحركه

3. المنظور الثالث: يتناول الفرد كعضو في جماعة يواجه بالعديد من المشكلات الداخلية الخارجية ولديه نسق من الادوار لشغل مراكز مختلفة.

وقد كثرت الابحاث مؤخرا بأستخدامها اختبارات نفسية واجتماعية لأختيار قادة في ميادين الصناعة والتربية والجيش (في الاخير هناك اختبارات دقيقة لتحديد الضبّاط الاقدر على القيام بأعمال ذات شأن عسكري خاص : قائد مخابرات/ قائد اعمال سرية/ ..) ومن الاختبارات التي تخص القيادة تلك التي تناولت المكانة ومتغيرات السلوك، وقد اعتبرت القيادة والشعبية متغيرات للمكانة، حيث يمكن قياس القيادة بطرق اربع :

1. معدل حصول الفرد على مراكز قيادية
2. عدد مرات اختيار زملائه له
3. معدل اختيار ه رسميا كقائد
4. معدل اختياره لنفسه كقائد..

اما الشعبية فيمكن قياسها بمدى ميل افراد الجماعة للقائد وبقبوله كصديق ومحبوب اومألوف او مشهور.. فقد لآحظت احدى الدراسات التي قام بها الباحث مان (MANN)عن الشعبية والعوامل الشخصية الفرضيات التالية:(5)

- **هناك علاقة موجبة بين الشعبية وكل من متغيرات: الانبساط، الذكاء والتوافق**
- **تبين أن الأفراد الاذكياء يكونون أكثر شعبية من غير الاذكياء**
- **تبين أن الشخص المحبوب يتميز بأنه شخص إجتماعي مبتهج**

في الخلاصة :

اذا كانت بعض الاختبارات اختصرت القيادة في سمات شخصية للقائد مثل «التحرر من التعلق بالذات» واجتماعية بأنه « الذي يعرف كيف يشعر مع الاخرين» فأن من السمات الشخصية الهامة عند القادة تتجلى في مدى قدرته على تسهيل العلاقات وتحقيق التفاعل المثمر بين افراد جماعته عبر الود والصداقة وارضاء الاتباع وتبديد الصراعات وأزالة التوتر وتقديم المساعدة الشخصية لمن يحتاجها واظهار الفهم وتحمل وجهات النظر المختلفة.. لان السلوك القيادي ليس في ان يقبل القائد جماعته بل في ان يحترمهم ويتعاون واياهم في ايجاد الكفاية والدافعية للعمل والشعور بالآمان.

*هوامش الفصل الاول:

1) د.**محمود السيد ابو النيل، علم النفس النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، د.ت**

2) **د.عباس محمود عوض، في علم النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت 1980**

3) GOHN MAXWELL, developing the leader withn you,Thomas nelson publishesrs, Nashville.U.S.A, 1993

4) GOHN MAXWELL, **winning with people,** ,Thomas nelson publishesrs, Nashville.U.S.A.2004

5) **د.عباس محمود عوض**، المرجع نفسه.

المحور الثاني

الفرد والسلوك الجماهيري

السلوك الجماهيري، السلوك الشمولي، «الرأي العام» اصطلاحات واسعة وفضفاضة كونها تشمل أكثر من نموذج ومجال تطبيق، باعتبارها تتسلسل من الفرد الى الاسرة الى المصنع فالجامعة او الى المقاهي والمنتديات فالاجتماعات العامة.. هذا التسلسل يجعلنا نمّيز بين مفهومين : الرأي الفردي والرأي العام، **الاول** له صورتان هما:

أ) الرأي الشخصي ويحدث عندما يعبّر الفرد عن وجهة نظر في موضوع معين يكوّنه لنفسه بعد تفكير ويجاهر به دون أن يخشى أحدا (هذا رأيي.. وقلته)

ب) الرأي الخاص وهو ما يحتفظ به الانسان لنفسه ولا يبوح به الا الى المقربين او من هم محل ثقة، يحتفظ به خوفا من تعريض نفسه للاضرار (التصويت السري في الانتخابات)

اما الثاني – الرأي العام- فهو يُستخدم للدلالة على جملة آراء وتكاملها تجاه مسألة من المسائل التي تؤثر في المجتمع أو تهّمه، وبهذا المعنى يمكن تعريفه على أنّه : **أتفاق ضمني او توافق عدد كبير من الناس يمثلون درجة معينة من الأهمية على مواجهة مشكلة معينة..** ومؤدى هذا الرأي يكون موجوداً بتوافر مقومات وجوده وهي: المجتمع (الناس)/ المشكلة / التفاعل الاجتماعي.. وهذا ما أشار إليه الباحث ليونارد دوب بالقول: لا يوجد رأي عام ألا أذا كانت هناك مشكلة قائمة تتطلب حلا، واذا تم أيجاد حل لهذه المشكلة أنفضّ جمهور الرأي

العام (كغياب سلعة معينة من السوق = تخرج الآراء... توفرت السلعة من التجار انتهى الرأي العام الذي سبّب نشوئه).

والقول بأن الرأي العام تعبير صادر عما يرونه الناس في مسألة ما سواءً: كان ذلك بالموافقة او بالمعارضة لموضوع أو فكرة او سياسة او أقتراح ذي أهمية.. فأن مجمل الباحثين حددوا أستخدامات الرأي العام في معرفة أتجاه الناس نحو سياسة التصنيع / الاقتصاد/ التسويق والبيع/ الاستهلاك/ قضايا أنتخابية/ مشاكل أجتماعية/ أبحاث نفسية وغيرها.. حتى أصبح هو محور دراسات وتخصصات في العلوم الانسانية والاجتماعية وفق المداخل التالية:

- **المدخل الاجتماعي**: يُدرس الرأي موضوعيا من خلال عملية التفاعل، من خلال محاولة متابعة عناصر موقف معين في تلك اللحظة ومدى وزن كل متغير في عملية التفاعل / الظاهرة
- **المدخل النفسي**: ترى المدارس النفسية الرأي تعبيرا عن حالة توتر عبر بيان كلامي يدل على حالة سخط اوتمزق وأهتراء مجتمعي قد يصل الى حد العنف كتعبير عن شدة هذا التمزق.
- **المدخل الاقتصادي**: يستخدمه الاقتصادي بهدف أستقصاء آراء الناس لدعم أنماط أستهلاك معينة وللترويج ومعرفة اتجاهات المستهلكين عن سلع ومنتوجات طرحت في السوق.
- **المدخل السياسي**: معظم الباحثين أعتبروا الرأي ظاهرة سياسية بالدرجة الاولى أكثر منه نفس- أجتماعية، وذلك لأستخداماته الواسعة في مجال قياس إتجاهات المواطنين في الانتخابات/ مواقفهم حول السياسات المقررة/ للتعرف على الخطط الممكنة / لأستقراء حركة الواقع الشعبي ازاء حدث وطني.. وما الى ذلك
- **المدخل الاعلامي** : في جمهور عريض غالبا ما يكون من الصعب أن

تعـرف احكامهـم حـول مـا يوجـه اليهـم مـن رسـائل أتصـال، فيلجـأ القيمّـون عـلى الدراسـات الاعلاميـة الى أختيـار عينـات ممثلـة تقـوم عـلى الخصائـص الديموغرافيـة لتصنيـف السـكان (العمـر / الجنـس/ المسـتوى التعليمـي/ الدخـل / الخلفيـة البيئيـة..) ولتحديـد جمهـور معـيّن ومعرفـة آرائـه فعليـا حـول مـا يرغـب بـه ومـا لا يرغـب الـخ..........

يمكن الايجاز بأن الرأي العام هو الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة ازاء موقف من المواقف او تصرف من التصرفات او مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم، فهو محصلة الاحكام السائدة في المجتمع تصدر عن اتفاق متبادل بين غالبية الناس على رغم اختلافاتهم- مؤيدين ومعارضين- بل من تلقاء انفسهم او بناء على دعوة وجهت اليهم يترتب عليه احتمال القيام بعمل مباشر او غير مباشر فيما يتعلق بالموضوع الذي يدور حوله الرأي العام.

1 . الرأي العام وأنواعه:

أن الرأي الذي يصدر عن الإنسان يمثل التعبير الشفوي للموقف الذي يتخذه من قضية معينة، وهذا يعني إنه يبنى موقفه وتعبيره على مكونات: عقلية، وعاطفية واستعداد للتصرف، يغلب على الجانب العقلي المنطق والإتزان ويتعلق الجانب العاطفي بالمشاعر والقيم وبما يجب أن يكره أو يحب ومع هذاين الامرين يصبح المرء امام تصرف ما آني او مؤجل بخصوص القضية التي آثارته. أن الرأي العام لا يأتي من عبث بل هو يظهر لان هناك مقومات ومكونات تعمل على أيجاده ويرى بعض الباحثين في علم النفس الاجتماعي ان العوامل المساعدة على ظهور الرأي العام هي :

1) الـتراث الثقـافي: حينـما يقـال عـن جماعـة مـا اوتلـك بأنهـا – وبحكـم تقاليدهـا-

متمـردة او خانعـة، فـأن معنـى هـذا القـول ينعكـس عـلى آراء هـذه الجماعـة، لان الـرأي أنعـكاس لمـا تلّقنـه الجماعـة لابنائهـا، وللثقافـة التـي تشرّبهـم إياهـا.. مـما يهيـئ للفـرد اسـاليب تعامـل وطـرق لأبـداء الـرأي (لهـذا نلاحـظ تنوّعـا لصـور الـرأي بـين مجتمـع مسـلم وآخـر كاثوليـكي، او بـين الـروسي الشـيوعي والآخـر المولـود في امريـكا الاكـثر ميـلا نحـو الرأسـمالية)

2) النظام السياسي: اذا كان نظام الدولة يسمح بتعدد الاحزاب ووجود النقابات وتنظيمات شعبية أخرى فأن ذلك يعني «مناخا ليبراليا» يمكن للأفكار والاتجاهات السياسية المتنوعة أن تُعلن، بخلاف ما يحصل في ظل الانظمة الديكتاتورية حيث حرمان طبقات كاملة من التعبير السياسي والاعلامي يحل – حينئذ- محل الرأي العام «السخط العام»

3) دور الاتصال: تلعب وسائل الاتصال دورا هاما في ثتقيف الناس حول قضاياهم وتوعيتهم لحقائق العصر ومع تزايد أنتشار الاعلام اليوم بشكل مكثف أصبح الرأي ناشطا لما تهيأه من سبل تعبير وتقصير للمسافة بين الناس وقادتهم وسياستهم وتكوين رأي جامع حول القضايا المصيرية

4) أثر الزعامات: الزعيم هو الشخص الذي يمارس نفوذا ويُقبل الناس على أحكامه بأعتباره مرجعا للعقيدة والسلوك. وجدير بالملاحظة ان القيادات التاريخية ذات الشعبية كانت تلعب دورا هاما في تعبئة الناس وتوجيههم نحو رأي عام معين.

5) الاحداث والمشاكل: أيّ حدث سياسي/ تطور اقتصادي/ أنقلاب عسكري/ ظرف أجتماعي صعب.. يطرأ على حياة الناس سرعان ما يشكل حافزاً لتساؤلات مما يدفعهم حدوثه نحو تكوين رأي حوله وهذا ما سجله التاريخ مع حدوث الثورات الكبرى في كل من فرنسا/ امريكا/ روسيا.. والعالم العربي لاحقاً.

على ما تقدم ندرك أن جمهور الرأي العام يتكون يتألف من اربع فئات تأخذ شكلا هرميا: فهناك اولا الصفوة (elites) الذين لا يزيد عددهم عن نسبة واحد بالمئة من المجموع العام للجمهور، وهي تتألف من نخبة المجتمع وكبار المسؤولين وقادة المجموعات الضاغطة وعدد من المفكرين والاعلاميين الذين يؤثرون في القرار السياسي، ثم هناك المطلعون (attentives) وتتراوح بين 10 و15 % من مجموع الراي العام، يتميز هؤلاء بثقافاتهم العالية ومتابعتهم للشؤون السياسية ويلتفون حول النخب لتنظيم جماعات او لتقديم المشورة نظرا لخبراتهم العملية او العلمية، وهناك ثالثا الجمهور العام (mass citizenary) ميزة هذا الرأي ان اعداده اكبر من الآخر، (يمثل 60 %) لا يتابعون الشؤون العامة بأنتظام، غالبا ما تكون آرائهم غير ثابتة ومعرفتهم بالشؤون السياسية قليلة، غير ان قوتهم الهائلة تنبع من اعدادهم الهائلة التي تقرر توجهات الرأي وتستخدم للضغط الشعبي لهذا يلجأ اليه القادة وجماعات النخبة لتقرير قضية وطنية حساسة بعد تعبئة هذا الجمهور ازاء تلك القضية بألتأييد او الرفض. ثم هناك اخيرا الفئة غير المسيسة (apolitical) وهؤلاء يشكلون حوالي 25% من المجموع العام، ميزتهم انهم هامشيون، لا يفقهون في السياسة، كما ان مشاركتهم في القضايا العامة محدودة.(1)

وكي يصبح الرأي طبقا للتعريفات الواردة والمكونات الخاصة بالرأي العام صّنف الباحثون أنواعاً متعددة له حيث هناك:

i. **الرأي العام المستمر**: يمتاز بالثبات والاستقرار وعادة ما ينشأ عن مجموعة عوامل ثقافية وإجتماعية وتجارب الأفراد وتفاعلهم لفترة طويلة من الزمن، يسود بين الجماعات الروحانية أو العلمانية كونه يُوصف بالجامد.

ii. **الرأي العام المؤقت**: ينشأ عن الرغبة في التغيير، يستمد قوة حيويته من تغيرات وضع اكثر من أعتماده على القيم المستقرة، يتمثل في توجهات الاحزاب او الجماعات التي تربطها ايديولوجيّاً.

iii. **الرأي العام اليومي**: وهو الرأي الذي يـتأثر بمجريات الامور والحوادث اليومية، تحركه وسائل الإعلام / الشائعات/ مصالح الناس.

iv. **الرأي العام المستنير**: يتكون من غالبية المتعلمين والمثقفين ورجال الاعمال (النخبة) ممن يقومون بخلق مناخ لرأي ما في بلادهم (ذوي التعليم المرتفع يؤثرّون بذوي التعليم المنخفض)

v. **الرأي العام المنساق**: هو رأي الذي ينقاد لمن يوجهه– سواء كان قائدا او وسيلة اعلامية او غيرها- يتأثرون بما يُقال أو يُذاع او يُنشر حتى انهم يتقبلون الشائعات لمجرد ان قيلت عن مرجعهم.

vi. **الرأي العام الساحق**: ويتكون نتيجة لاندفاع الجماهير وحماسها الشديد ازاء قضية معينة. ونادرا ما يكون قائما على بحث وروية .

اذا كان رأي الاغلبية يمثل – من جهة- ما يزيد عن نصف الجماعة ليس بالاغلبية العددية وأنما بالاغلبية الفعالة ذات التأثير، وان أهمية هذا الرأي تبدو فيما يستقطبه من جماعات تتميز بالوعي الفكري والثقة والايمان وتتسم بالدينامية والفاعلية. **ورأي الاقلية** يعني من جهة ثانية تجمع لمواقف جمهرة من الناس تمثل شرائح مختلفة ومغايرة لإتجاهات الاغلبية.. وبأن قيمة الاقلية ليس من حيث كونها أقلية عددية بل في كونها نوعية بما يمكن أن تضم «صفوة معينة من المفكرين» الذين لم يتناغموا مع مواقف الاغلبية وتوجهاتها فكان مكانهم مع الأقلية.. إلا السؤال الأهم وبحديثنا عن أنواع الرأي نتساءل: من قائد الرأي؟ كيف يتمثل وما هي خاصيته ؟ هل يمكن أن يكون الرأي دون قائد له؟

*** من هو قائد الرأي وكيف يتم تحديده؟**

حُددّ قائد الرأي في دراسة اجرائية اجريت سنة 1940 انطلاقا من الجواب على السؤالين التاليين :

اولاهما: «هل حاولت مؤخرا اقناع شخص ما بآرائك السياسية»

ثانيهما:«هل حاول احدهم مؤخرا معرفة موقفك في مسألة سياسية؟»

اعتبر الاشخاص الذين أجابوا إيجاباً على سؤال من هذاين السؤالين او على الاثنين معا، بما مجموعه 21 % قادة رأي ..وفي نهج مماثل من التحديد الاجرائي لقادة الرأي كان السؤال يكمن في معرفة الى من يتوجه افراد العينة طلبا للمعلومات والمشورة، فأشارت احدى الدراسات المعنية بأن قادة الرأي هم الافراد الذين يتردد اسمهم اربع مرات على الاقل من اصل مجموع 86 شخصا) يلجأون اليهم طلبا للمشورة والمعلومات. ثم جاءت مقابلات وملاحظات اثبتت جدوى وفعاليات هذه التفسيرات عبر سلسلة من الابحاث التي تمكنت من تحديد قادة الرأي بخصائص مميزة منها:

1) لا يتأتى مركز قائد الرأي بالضرورة كنتيجة لوجود مركز رفيع سابق يتميز به الفرد في مجموعته، مثلا ليس من الضروري ان يكون من الاغنياء والاقوياء والوجهاء بل القادة الفعليين هم الذين يضطلعون بمهمة الوساطة في عملية الاتصال الجماعي

2) هناك خاصية هامة تتوفر في كل حالات الرأي وهي: ان الاشخاص المعترف بهم قادة للرأي هم على معرفة دائمة بالاحداث وهم الاكثر اطلاعا على ما يجري حولهم وذلك لأستمرار تعرضهم للرسائل التي تبثها أجهزة الاتصال الجماعي

3) ظهر ان الافراد العاديين يستمدون معرفتهم بالانباء من خلال المناقشات

الشـخصية مـع اشـخاص آخريــن مثلهـم ، عـلى خـلاف قـادة الـرأي ان الذيــن يعتـبرون اتصالهـم بالمبـاشر بالوسـائل الاعلاميـة وبـكل التطـورات الجديـة هو منبـع معرفتهـم بالانباء ..فقـد تبـين مـن دراسـة اسـتهدفت معرفـة كيفيـة انتقـاء الاطبـاء للادويـة والمسـتحضرات الطبيــة الجديــدة ان الزميــل يتأثــر بزميــل لــه، متأثــرا بــدوره بزميــل آخــر عنــد انتقائــه للـدواء الجديـد، وصـولا نحـو الطبيـب الاول الـذي منبعـه مؤتمـرا طبيـا او نتيجـة لاتصالـه المبـاشر بأعـلان خـاص عنـه.. يبقـى ان التأثـير يكـون اضعـف كلـما ابتعدنا عـن المؤثـر الاول.

4) عمل قادة الرأي ينحصر بالمجموعات الاولية مثل العائلة والمبنى والحي وفريق العمل وبشكل عام الوسط المهني، كل من هذه الاطر هي موقع مفضل لعمل قادة الرأي وذلك لتوفر فرص المبادلات المتكررة والمتنوعة بين الافراد المؤلفين لكل منه.

5) يفترض بقائد الرأي ان يكون متحدا ومندمجا في المجموعة التي تتمثل فيه همومها وطموحاتها وقيمها كما يفترض ان يكون واعيا لحاجاتها، فبين الذي يمارس التاثير وبين الذي يُمارس عليه التاثير استمرارية اجتماعية وامكانية واضحة للتماهي.

ان تأثير قادة الرأي مرتبط بالمهارة المعروفة عنه في ميدان معين ، واخصها تمتعه بموقع وسطي بين المجموعات الأولية وبين الإطار الاجتماعي العام الذي يطغى عليه من كل حدب وصوب، فهو يتعرف على الاحداث التي تهم المجموعة التي يمثل، يتحكم بالاخبار ويجري نوعا من الرقابة، يعيد نقل ما يراه مناسبا لمجموعته، يقلل من أهمية خبر أو يضخمه بحسب الموقف المنسجم مع جماعته، كما يلعب دوراً في المحافظة على أمر واقع أو يتم تغييره. دوره أشبه بحارس البواب أو المصفاة لا يمكن أن تمر معلومة أو رسالة إلا بعدما تتبدل ميزاتها على

يديه بتبدل الواقع الخاص بمجموعته.

***كيف يقاس الرأي العام ؟ ما هي الخطوات المنهجية لمعرفته؟**

في قياس عمليات الرأي يُعتمد غالبا تقنيات الاستطلاع والاستقصاء التي تتمثل في خطوات عملية مثل : صياغة الاسئلة المناسبة/ اختيار العينة / أجراء المقابلة/ تحليل المعلومات المستقاة...

1) **الاسئلة** : اخذت الاتجاهات الجديدة في استطلاعات الرأي العام تركز على أهمية الاسئلة التي يجب أن تُطرح، فتوصلت الى ثلاثة أنواع يجب مراعاتها وهي :

- اسئلة مفتوحة: (open-end question) حيث الحرية الكاملة للمستجوب بأن يعبر عن موقفه وأفكاره من خلال طرح الباحث/ مدخل سؤاله الاستفساري بـ: ما هو رأيك؟ بماذا تعلق على كذا.. ؟
- اسئلة الاستدراج: وهي نمط من الاسئلة يبدأ بتوجيه سؤال عام في موضوع الرأي العام ويتدّرج بعد ذلك في أسئلة تفصيلية خاصة، كقولنا مثلا: هل تحب مشاهدة الافلام العربية؟ ما هو رأيك في فيلم ...كذا ؟
- اسئلة الاستفتاء: يطل[1]ب خلالها من المستجوب أن يختار أجابة من بين عدة اجابات.كما في المثال التالي: **اي من هذه الاسباب بأعتقادك هي السبب الرئيسي أو يؤدي والأكثر احتمالا في نشوء خلافات بين الزوجين:**
  - **عدم خضوع المرأة لزوجها**
  - **عدم التفاهم بين الزوجين**
  - **تدخل الاهل في شؤون الزوجين**
  - **عدم مقدرة الزوج على تأمين مستلزمات الاسرة**
  - **اختلاف اسلوب الوالدين حول معاملة الاولاد**
  - **عدم الاحترام**

- **عدم ملائمة المسكن الزوجي**
- **عدم التوافق الجنسي**
- **كثرة الغياب عن المنزل**
- **الشك بعلاقات اخرى**

2) **العينة:** هناك أكثر من طريقة لأختيار عينة أستطلاعات الرأي وهي طريقة المساحات (اي أستجواب أفراد من منطقة/ حي محدد) والطريقة المقيدة (اي تكون مقيدة بخصائص معينة يجب توفرها عند المستجوبين لجهة مستوى علمي/ اقتصادي/ مهني..) وطريقة دليل الهاتف (وهي قائمة أختيار نسبة محددة من الناس عشوائيا وفق متوالية حسابية)

3) **أجراء المقابلة** : وتتعلق بأهمية كلا الطرفين – الباحث والمستجوب- لجهة مناخ المقابلة وطريقة طرح الاسئلة وأسلوب أستقصاء المعلومات..حيث يجب ان يُراعى مستويات في ادبيات المقابلة: من الذي يقابل وكيف يقابله؟ واين ؟ وعن اية معلومات يسأل؟ وهل الشخص المختار يمكن ان يفي بغرض البحث؟ هنا ثمة تأثير متبادل من الخصائص الشخصية التي يمكن ان تؤثر على جو المقابلة وعلى درجة التفاعل اذا روعيت بشكلها الحيادي.

4) **المعالجة الاحصائية**: يفترض بنتائج اسئلة الرأي العام ان تأتي على شكل نسب مئوية، وهذا يعني أنه لا بد من التأكد في العدد المستطلع والارقام المحصلة كي يصار الى توضيح دلالة النسب بشكلها الامثل التي غالبا ما تُحصى وفق بيانات محددة (يعتبر العدد مائة - 100- كقاعدة احصائية) كقولنا مثلا 55 % موافقون 40 % معارضون و15 محايدون.. وفي تحليل النتائج يقوم الباحث بأجراء

مقارنات مختلفة بين افراد العينة كأن يقارن بين مستويات التعليم ليتعرف على العلاقة بين مستويات التعليم وبين اتجاهات الرأي العام تجاه قضية تتعلق بالتعليم مثلا.

من المتعارف عليه ان موقف جمهور معيّن من اي موضوع يتوزع بين ثلاث اتجاهات: أما مع، وأما ضد وأما محايد، ويمثل أيٌّ من هذه الإتجاهات وجهة النظر النهائية التي هي حصيلة التفكير والمشاعر الشخصية والمعتقدات والمواقف، ويعبر الجمهور عن موقفه هذا اما تعبيرا ايجابيا يوافق فيه على رأي مطروح او تعبيرا سلبيا عبر رفضه او يختار الوقوف على الحياد بين الرأيين (لا مع ولا ضد) وهذه الفئة من الناس التي اختارت ان تظل على الحياد تمثل نوعين من الناس : اؤلئك الذين لم يبدوا اهتماما كافيا بالقضية او اؤلئك الذين ابدوا اهتماما كافيا بها وتوصلوا الى رأي مغاير للارآء المطروحة ففضلوا كتمان رأيهم الحقيقي متسترين وراء الحياد وفي هذه الحالة (التستر) يُسمّى اعتبار اصحابها بذوي الرأي الكامن. مثال: في احدى استطلاعات الرأي (3) حول **القيم الاجتماعية في عالم اليوم: أية مفاهيم؟ (مقاربة ميدانية في الوسط اللبناني)** قُدّم الى المستجوبين سؤالا مفاده: **هناك بعض الافعال غيرالمرغوبة اجتماعيا، ولكن البعض يقوم بها ويبرر فعلها، أيٌّ من هذه الصفات تعطيها تبريرا (تؤيد) او ترفضها اكثر من الاخرى**؟ ثم عرضت على المستجوبين لائحة من ثمانية افعال تحصل في اي مجتمع ولكننا اردنا معرفة وزنها القيمي في المجتمع اللبناني على وجه الخصوص، لتأتي النتائج على الشكل التالي:

الفعل	اؤيد	ارفض	لا رأي
الاجهاض	28 %	70 %	2 %
عدم مساعدة مصاب	23 %	67 %	0 %
الكذب	13 %	86 %	1 %
الرشوة	9 %	90 %	1 %
علاقة جنسية قبل الزواج	7 %	93 %	0 %
السرقة	5 %	95 %	0 %
الخيانة الزوجية	5 %	94 %	1 %
الدعارة	3 %	93 %	4 %

تردد المستجوبون كثيرا عند الاختيار او حتى عند قراءة هذه الخيارات بأعتبار اننا مأخوذون بثقافة دينية تحظر مختلف ما ورد، لكن تصور البعض الواقعي بأن مثل هذه الامور تحصل وحاصلة في مجتمعنا ارتأى من نسبتهم (28%) بأن الاجهاض قد يكون مبررا اكثر من غيره لما له من ابعاد صحية قد تؤثرعلى صحة الام من جهة اومع وجود مشكلة خلقية في الجنين او لانه حمل غير شرعي(سفاح)، ولكننا ترانا نتساءل هل الجميع يبرر الاجهاض بالطريقة ذاتها، لأن الاجهاض الذي كان يعتبر ولما يزل جريمة يعاقب عليها القانون ويمجها الشرع والدين هل اصبح امرا مقبولا ومبررا من قبل اللبنانيين؟

اما عن النسبة التالية فكانت لعدم مساعدة مصاب (23 %) ذلك ان مساعدة من هو بحاجة واجب ديني واخلاقي وانساني، خاصة اذا كان مصابا وقليل من المساعدة قد تنقض حياته، لكن الذي يجعل الناس تتردد في المساعدة هو تلك التبعات المترتبة على فعل المساعدة، فإذا أراد أحدهم ما –مثلا- ان ينقل مصابا بحادث سيارة الى مستشفى لا يتم استقبالهما الا بعد اجراءات مسؤولية تضع الناقل في

موضع شبهة ويتم الاتصال بالشرطة للابلاغ عن الحالة ويتوقف الشخص لحين النظر في حالة المصاب. وهذا ما يجعل " فاعل الخير" يتروى عند عمل شبيه في المرة التالية، من هنا اذا كان احد لم يساعد مصابا فان التبرير متضمن في تبعات المسؤولية التي يرغب ان يكون بعيدا عنها. على حين اشارت فئة لا بأس بها بضرورة المساعدة على رغم كل التبعات القانونية او الجزائية اللاحقة.

ومن النسب اللافتة " تبرير العلاقات الجنسية غير المشروعة سواء قبل الزاوج او في اطار اخر" وترانا نتساءل هل تبرير البعض لها من قبيل انهم يعيشون كبت جنسي وظروف صعبة ولابد من اقامة علاقات عابرة ضمن حدود الممكن والواعي (استخدام الاوقية/ عقود ارتباط عرفية.) ام لان مجتمعنا اصبح مفتوحا على كثير من المغريات والاباحية واصبحت النظرة الى الجنس متاحة عبر اكثر من وسيلة (مرئية) مما اشبع فضول الناس وجعل تقييمهم يتسم بشئ من "الاقرار بواقع الحال" وكأن الامر شئ "عادي" ومقبول؟ رغم ان المسألة الجنسية اضحت في الغرب جزءا من الحريات الشخصية وامرا مقبولا لا زال المجتمع اللبناني ينظر اليها بنوع من الحذر والرفض فيما لو تمت خارج اطرها الشرعية (الزواج تحديدا) فضلا عن العامل الديني الذي يؤطر اي علاقة من هذا القبيل في اطار الحرام وهذا ما اثر في اتجاهات المستجوبين الذين لم يعطوها تبريرات عاليه.

خلاصة القول، نفهم الرأي العام على أنه يمثل سلوكا جماعيا ظاهرا او كامناً، يكون بمثابة رد فعل (أستجابة شرطية) على مثيرات محددة (أحداث/ مشاكل/ مواقف..) تتسم بالثبات النسبي وتظل مستثارة لفترة من الزمن اذا شعر الناس بأن المسألة التي تستفزهم لازالت قائمة مع الاحداث الجارية. كما أن الرأي العام غالبا ما يشوبه الغموض والتذبذب خاصة اذا كان متحيزا او انفعاليا او حينما يؤسس على التضليل وغياب االحقائق وانعدام المناخ الديموقراطي.

2. الرأي العام والشائعة:

يعرف البورت وبوستمان الشائعة على أنّها كل « عبارة نوعية مقدمة للتصديق وتتناقل من شخص الى شخص عادة بالكلمة المنطوقة دون ان يكون هناك معايير أكيدة للصدق» من هذا القول نعي ما تترّكز عليه الشائعة الا وهو «**غياب المعايير الاكيدة للصدق**» حيث هي رواية تتناقلها الافواه دون ان تستند الى مصدر موثوق، وقد تكون ترويج لخبر مختلق/ قضية مختلقة لا أساس لها من الصحة، وانما مبالغ فيها الى حد بعيد. ظهرت دراسة «علم نفس الشائعات»، أثناء الحرب العالمية الثانية، بعدما لاحظ عالما النفس ألبورت وبوستمان أهمية الشائعة والشائعة المضادة، في التأثير بمعنويات الناس وأفكارهم واتجاهاتهم ومشاعرهم وسلوكهم. كما لاحظا أن الشائعات تنتشر أكثر في وقت الأزمات والظروف الضاغطة أو المثيرة للقلق كالحوادث والحروب والمصائب على مختلف أنواعها الاقتصاديّة والعائليّة والاجتماعيّة. ولاحظا أيضاً أنها تنتشر أكثر حين يكون هناك تعتيماً إعلامياً أو غموضاً.

قام ألبورت وبوستمان بعمل الكثير من التجارب عام 1945 ، ثم كلّلا جهودهما العلمية بوضع كتاب "علم نفس الشائعة" (Psychology of Rumor) ، فوضعا في هذا الكتاب معادلة، مفادها أن انتشار الشائعة يساوى أهمية الموضوع المتصل بالشائعة مضروباً في مدى الغموض حوله:

إمكانيّة الشائعة = موضوع مهم (أو أشخاص مهمّون) X غموض حول الحدث أو الموضوع أو الأشخاص (4)

وينظـر بعـض الباحثـين الى الشـائعة عـلى أنهـا جـزء مـن «الحـرب النفسـية» التـي تُعتمـد لبـث روايـات غـير متحقـق منهـا تنتـشرفي المجتمـع بهـدف أثـارة البلبلـة والفـوضى. وأهـم عامـل يسـاعد عـلى أنتشـار الاشـاعة هـو الغمـوض وهـذا مـا يشـيراليه فسـتنجر

بـ «مبدأ عدم الوضوح المعرفي» ويعني ان الشائعات تميل الى الظهور في المواقف التي تكون الجوانب العقلية المتعلقة بها غير منتظمة بأعتبارها تسير على نمط أنتقال متسلسل فمثلا (أ) ينقل كلمة الى (ب) و(ب) ينقل جملة الى (ج) و(ج) ينقل عبارة الى (د) وهكذا....... في حين ان نمط الاتصال الموزون في أي جماعة يتم عبر وحدات تبادل من الأخبار والمعلومات وليس كما في الشائعة بأتجاه واحد سرعان ما ينقطع في مرحلة لآحقة .

ومن الناحية النظرية كان من المتوقع أن تتراجع الشائعات مع هذا الانتشار الرهيب لوسائل الاتصال حيث لم يعد هناك شيئا مخفياً، ولكن الواقع أن الشائعات تتزايد باستمرار، بل وتستفيد من وسائل الاتصال الإلكترونية نحو مزيد من الانتشار.. ويبدو ان التزايد والانتشار عائدان إلى أحد عاملين أو لكليهما:

الأول: زيادة ميل الناس إلى تزييف الحقائق أو إخفاء أجزاء منها مما يزيد من ضبابية وغموض الأشياء رغم الإعلان عنها أو عن جزء منها، إضافة إلى ضعف المصداقية في التصريحات والأخبار المعلنة وتناقضها مع الواقع. كما حدث في احدى الجامعات الامريكية حيث تم عرض صورة على شخص ابيض لمواطن ابيض يشهر سلاحا في وجه مواطن اسود ثم طلب من هذا الشخص رواية ما رآه على 15 شخصا اخر والنتيجة المعلومة بعد ان تناقلها الـ15 شخص اصبحت ان مواطنا اسود يشهر سلاحا في وجه آخر أبيض مدلول التجربة بيّن ان الشائعة تنتقل بما يتوافق مع الاهواء الشخصية وليس بما حدث فعلا

الثاني: رغبة الناس في معرفة المزيد وانفتاح شهيتهم لأرتياد عوالم مجهولة أكثر فأكثر ومن الامثلة على ذلك الشائعات التالية :

1. **شائعة الأطباق الطائرة ومثلث برمودا.**
2. **شائعات العفاريت والجن والبيوت المسكونة.**

3. **شائعات القدرة الخارقة لدى بعض الأشخاص.**

4. **شائعات يطلقها نجوم الفن لزيادة شهرتهم.**

5. شائعات **تناول المخدرات على انها منشطه للجسم ومسكنه وتنقذ من المشاكل النفسيه ومريحه للاعصاب ومهدئه للانفعالات وتساعد على التفكير ونسيان الهموم.**

ويذهب أصحاب "مدرسة التحليل النفسي" إلى أن الشائعة تكشف عن محتويات اللاوعي الجماعي بصورة ملتوية عن طريق بعض الحيل النفسية مثل الإسقاط والرمزية والتكثيف والإسقاط والإزاحة والعزل وغيرها، وفي تصورهم أن الشائعة تنجح حين تكون قادرة على تحريك كوامن اللاوعي والانفعالات المكبوتة.

أما أصحاب "المدرسة المعرفية" فيعزون الشائعة إلى عدم الوضوح المعرفي Cognitive Uncertainity، فكلما كانت الأمور ضبابية وملتبسة كلما كان الجو مهيئاً لأنتشار الشائعات، ويرى أصحاب «فكرة الاحتياجات» أن الشائعة تحقق لأصحابها إشباع احتياجات غير مشبعة. ويرى فريق كبير من علماء النفس أن انتشار الشائعة يعتمد جزئيا على نظرية الجشتالت(Gestalt)، والتي تؤكد على أن الإدراك الحسي للأشياء ينحو دائما نحو البساطة والانتظام والإحساس بالاكتمال، والشائعات تنبثق لتشرح المواقف المميزة التي تهمنا ولتريحنا من توتر الحيرة.(5)

*** انواع الشائعات:**

1) **الشـائعة المختلقـة** : وهـي التـي تنشـأ عـن أحـداث أسـطورية أو شـعوذة أو سـحر بهـدف الرغبـة في أثـارة الخـوف، ينتـشر هـذا النـوع عندمـا يضعـف أيمـان الانسـان، حيـث يصـاب بالتوتـر والقلـق ويصبـح عُرضـة ومسـتعدٌ لان يتوّهـم

أشياء كثيرة غير مستندة الى أساس صحيح.

2) **الشائعة القائمة على التشويه:** وهي الرواية المحرّفة عن واقعة صحيحة، كأن تذكر مجلة او صحيفة خبر/ قضية / فيتم تحريف الوقائع عبر « فبركة »أعلامية مغايرة، وكثيراً ما نلاحظ هذا النوع أبّان الحروب العسكرية والصراعات السياسية حين يُطلق العنان للاقاويل والمرويات من كل فريق عن الاخر استناداً على بعض المجريات والامور التي يقولانها عن بعضهما البعض.

3) **الشائعة المستندة على وقائع**: وهي أخبار تسري بين الناس بناء على وقائع سبقت وصول الخبر اليقين، فيحدث أذّاك حالة بلبلة (صحيحة او غير صحيحة..) الى أن يتأكدوا.. ونلاحظ مثل هذا النوع غالبا في عالم الطب والصحة عندما يُقال بأن أكل غذاء معين قد يسبّب ارتفاع السكر في الدم / أو دواء ما له آثار جانبية قد تؤدي الى الجلطة الدماغية غيرها. قد يكون بعضها صحيحا وقد لا يكون لانه غالبا ما يطلقها مهندسو الدعاية بهدف «ضرب» انتاج معين وتسويق آخر بديلا عنه ..

الى جانب هذه الانواع هناك من يصنف االشائعة بناء على الموضوع (شائعات الكراهية / شائعات الخوف/ شائعات عنصرية / ..) او بناء على البعد الزمني الذي تستغرقه (وقت رواجها / سرعة انتشارها/ مدى اختفائها وثم ظهورها من جديد.. ويدرج في هذا النوع اخبار الفرح / والسرور / الغضب..) او بناء على الحالة النفسية والعقلية التي تنتشر لتشبع حاجة ما لدى الناس وقد تكون تنفيسا عن رغبات، مثل هذا النوع من الشائعات هو الى حد ما «إخبار لمجرد التوقع» كما انها تفاؤل ساذج متبوع بالرضا تغبط مطلقها او مستهدفها لبعض الاحيان (من امثاله شائعات النجاح/ الانتصار/ الفوز/..).

وللدلالة على ذلك نعود الى دراسة فستنجر وكارترايت عن أنتشار الشائعة في وسط طبيعي، كان مجال التجربة مؤسسة انتاجية شاع فيها التفكك وعدم الانضباط بين عمالها، فقام عدد من الاخصائيين النفسانيين بتقديم أقتراحات لتسوية الامور عبر تقسيم العمل على الوحدات وتنظيم أجتماعات دورية، وبأطار الاقتراحات أيضا تقرر فصل السيدات اللواتي كن يتولين مراكز قيادة وتأسيس أدارة اخرى على يد احدى الآنسات الشابات، وهذا ما أوقد نار الكراهية لدى السيدات المُبعدات (المفصولات) فأطلقت رئيسة المركز السابقة شائعة تقول بأن « الانسة التي تتولى الادارة الجديدة هي من المناهضات لعمل المؤسسة وغير مهتمات بها اطلاقا»، ازاء ذلك أخذ الاخصائيون يراقبون غموض المواقف التي حدثت من جراء أطلاق هذه الشائعة بمعرفة : من هم الذين سمعوا الشائعة؟ من هم الذين نقلوا الشائعة؟ فأختاروا لذلك عينة من 100 فرد موجودا في المؤسسة ليجدوا ان 62% من العينة سمعوا بالشائعة عن طريق صديقات (اي أنتقلت الشائعة عن طريق الصداقة) كذلك وجدوا أن نسبة لابأس بها علموا بالشائعة من باب الفضول (أي عن طريق الاهتمام) وأعترف اقل من نصف الاشخاص الذين سمعوا الشائعة بأنهم رددوها اكثر من مرة، كذلك أعترف أغلب الافراد المشتركين في التجربة بأنهم نشروا الشائعة نفسها..هذا يعني أن الشائعة تُسمع اكثر من مرة وعادة ما تنقل أكثر من مرة بواسطة فرد من الافراد في الشبكة الاجتماعية التي تسري بها الاشاعة، وقد لاحظ الباحثان البورت ووبستمان في دراستهما عن الاسس النفسية للشائعات، بأنه كلما تكررت رواية الشائعة استعمل مُرّجوها كلمات قليلة وبأن:

- ان الرواية القصيرة احتمال نقلها بأمانة يكون متوفرا
- يقل التشوية والتحريف في التفاصيل الصغيرة

- ان الذاكرة ممكن ان تختزن التفاصيل القليلة .

على ضوء التجارب الميدانية ندرك أن : 1- هناك مطلق للاشاعة ثم يختفي ليركز الناس على ما قيل وليس على من قال، ثم 2- في بعض الاحيان يتم تصديق روايات الاشاعة لانها تتناقل وتنشر مما يعني ان أنتشارها الواسع قد يكون فيه شئ من الصحة،(ألسنة الناس أقلام الحق) و3- ان من يردد الاشاعة او يطلقها من المحتمل ان تعود اليه بمعطيات أخرى فيصدق ما أطلقه، (رواية حجا) ومن **ألاشكال ألاخرى للشائعة:**

1. **الأسطورة:** تعتبرالأساطير القديمة نوع من الشائعات وقد كانت تقوم بوظيفة سد الفراغات المعرفية المتعددة في الزمن القديم حيث كانت المعرفة بدائية ووسائل الحصول على المعلومات قليلة.
2. **النكتة:** ثمة علاقة تربط بين النكتة والشائعة بحيث يمكننا اعتبار النكتة شائعة كاريكاتورية.. تحتوى على عناصر عرقية ودينية واجتماعية للجماعة. وتعتمد الشائعات النكتة بأعتبار طبيعتها الساخرة تجتاز حواجز عقلانية ونفسية كثيرة، فالنكتة بذلك تسهل النشر وتساعد على تخطى عقباته الشائعة وتعويض نقائصها.
3. **الدعاية والإعلان:** حين تتجه فنون الدعاية والإعلان إلى المبالغة أو التدليس في عرض سلع معينة أو الترويج لمشروعات أو شركات معينة فهي هنا تندرج تحت أسلوب الشائعات فيترويج أشياء غير حقيقية باستخدام وسائل الإبهار الفنية.
4. **الإعلام:** حين ينحرف الإعلام عن رسالته ويصبح بوقاً لبعض القوى فإنه يتورط في نشر إشاعات كاذبة تأخذ صورة الأخبار أو التحقيقات أوالمقالات مما يشوه الحقيقة ويسوق لأشخاص سيئين ويزور الحقائق والأحداث

وهكذا يمكن فهم الشائعة من خلال خصائصها حيث هناك شائعات ذات طابع تشاؤمي تتخذ مسالك تضفي عليها سرعة انتشار تفوق بكثير سرعة سريان الشائعات ذات الطابع التفاؤلي لأنها تتعرض اثناء سريانها للتحريف سواء كان ذلك بالتضخم او الاضافه وان هذا التضخيم يتناول الجوانب التي يتوق الراوي او ناقل الشائعه الى قولها. وقد تأخذ الشائعه صورا اخرى غير صورة الروايه الكلاميه مباشرة كالدعايه او النكته أو وسائل الانترنت والهاتف والجوال sms وكلما كان مضمون الأخبار المروّجة بعيد عن النقد والتجريح ومتخذه الاسلوب الرمزي فانها تصيب هدفها بسهولة حيث تلقى ذيوعا وانتشارا...

ولكن ما هي الاسباب والدوافع لاطلاق الشائعات وانتشارها؟

- **العدوانيّة:** تجاه الشخص (أو الجماعة) المستهدف بالإشاعة، وذلك لتشويه السمعة أو تغيير موقف الناس منه (منها)، أو أثارة الخوف، وهذا يحدث كثيرا تجاه الأشخاص أو الجماعات ذات الأهميّة والشهرة حين تطلق عليهم الشائعات..
- **الإسقاط:** يسقط مروج الشائعة ما يضمره في نفسه على شخص آخر أو أشخاص آخرين، كالخوف والإهمال وميول للكذب أو الخيانة أو الرشوة أو التضليل.
- **التنبؤ:** تشير الشائعة إلى احتمالات مستقبلية يعتقد مروج الشائعة بقرب حدوثها، وهو يهيئ الناس والظروف لاستقبالها.
- **الاختبار:** تكون الشائعة هنا كبالون اختبار لمعرفة نوعية وقدر استجابة الناس لحدث معين حين يقدر له الحدوث فعلا، مثال تسرب شائعة بغلاء أسعار بعض السلع، ثم تدرس ردود أفعال الناس فإذا كانت معقولة ومحتملة ربما يتم فعلاً رفع الأسعار وأما إذا كانت غاضبة ومستفزة فيمكن تكذيب الشائعة واعتبار الأمر كأن لم يكن.

o **جذب الانتباه:** حيث يبدو مروج الشائعة أو ناقلها على أنه عليم ببواطن الأمور وأن لديه مصادر مهمة للأخبار لا يعرفها بقية الناس، وربما يكون هذا تعويضاً عن نقص أو عدم ثقة بالنفس. وربما تكون الدوافع بسبب الفراغ والملل والحاجة إلى التسلية والتمتّع بإثارة الاهتمام وإرباك الناس وإقلاقهم وتوتيرهم.

- **كيف نحارب الشائعة؟**

لمحاربة الشائعة قواعد وأسس تتبعها الجهات الرسمية والاعلامية، ومن هذه القواعد مقاومة مروجي الشائعات لكشف حقيقتها بأدلة دامغة عن مدى زيفها بوقائع وأدلة دقيقة، و يعتبر نشر الحقائق كاملة عن واقعة دارت حولها الشائعة من أهم القواعد التي تستخدم في محاربة الشائعات، كذلك من الاسس التي تستخدمها الدولة الحديثة في محاربة الشائعة اذا كبر حجمها وطال أمنها واستقرارها: تقريب الهوة بين السلطة والجمهور، فمن شأن ذلك ان يُكسب الناس ثقة في حكومتهم وفيما تقدمه لهم من انباء، وإلّا فأن فقد الثقة في البيانات الرسمية يجعل الناس يتقبلون أيّة شائعة عنها. وفي هذا السياق يقترح بعض الباحثين النفسانيين جملة طرق عمل لمحاربة الشائعة منها:

1) **لجان فاحصة**: تقوم بالتحقيق وتتبع الاقاويل المطلقة لتحديد الوقائع وتقرير الغث من السمين

2) **ملصقات ومطبوعات:** وهو محاولة بيانية لتبيث معطيات ازاء اخرى تطلق الاخبار جزافا

3) **برامج اذاعية ومتلفزة:** لتوعية الرأي العام ودحض الاكاذيب بالصوت والصورة

4) **مكتب اعلامي:** للرد على الشائعة بأية وسيلة اعلامية بنفس الزمان والمكان (مثلا وردت شائعة في صحيفة يُرد عليها بتصحيح او توضيح

في الصحيفة ذاتها وفي مكان ورودها من الصفحة).

5) **حراس المعنوية:** وهم الافراد الذين يقومون بجمع الشائعات (ماذا يقول الناس) وضع برامج عمل (خطة) لايقافها ومحاربتها (يمكن ان يكون الحراس من الاخصائئين النفسائيين/ العاملون الاجتماعيون/ اعلاميون/ وناشطون في المجتمع المدني)

كما يمكن التصدي لظاهرة الشائعة من خلال طرق اخرى ابرزها

- قتل الاشاعه بإشاعه اكبر منها : حجما واشد أثرا وذات اولويه اكبر لدى الجمهور المستهدف وبعد فتره وجيزة يتم تكذيب الاخيره لإحداث بلبله اكبر واكبر تسيطر على كافه احاديت الجمهور المستهدف ليل نهار أو في معظم وقته.
- تكذيب الشائعة إعلاميا : (بنشر عكسها تماما) دون الاشاره إليها من قريب آو من بعيد فان محاوله ذكرها وتعداد الأسباب المنطقية القوية لتكذيبها وخداعها وتضليلها سيجعل من لم يستمع إليها سيعرفها وقد لا يقتنع بتبريراتك لأسباب عاطفية بحته لا تمت إلى منطق مهما كان قويا وفى نفس الوقت فان تجاهلها تماما سيجعلها تزداد انتشارا وتتضخم أثناء عمليه الانتشار الاجتماعي
- تكذيب الشائعة معلوماتيا : بالحقائق والبيانات والمنطق والعلم (وهى أفضل الطرق) ، وكشف مصدرها والهدف من بثها وهذا يتطلب أن تخاطب رأى عام واعي مثقف متعلم أما الراى العام الجاهل، فالأفضل مخاطبته عاطفيا باطلاق شائعات مضادة " اى ايجابية " (عن طريق الاتصال بأفراد محددين ذو كفاءات معيّنة سريا لهم القدرة على الإسراع بنشر الشائعات مثل سائقي التاكسيات ورواد المقاهي او حتى شخصيات دينية وفنية لها تاثير سريع على الناس

3 . الرأي العام والدعاية:

من بين عشرات التعريفات التي قدمها المهتمون بموضوع الدعاية (propaganda) نجد أنهم يتفقون على أعتبارها : "**فن التأثير والممارسة والسيطرة والالحاح والتغيير والترغيب او الضمان لقبول وجهات النظر او الآراء او الاعمال..**» ويعرف الباحث نورمان باول الدعاية على اساس هذه العناصر فيقول: « الدعاية هي نشر وجهات النظر التي تؤثر على الافكار او السلوك او كلاهما معا» وذهب لاسويل (باحث في عالم الاتصال) الى القول بأن الدعاية هي : « الاحتيال عن طريق الرموز»

من مجمل التعريفات ندرك بأن الدعاية هي محاولة التأثير في نفوس الجماهير والتحكم في سلوكهم لأغراض تعتبر ذات قيمة في مجتمع ما وفي زمن معين، وكأنها نشاط او فن إغراء الغير بالتصرف بطريقة معينة بحيث انه ما كان ليتصرف بها في حالة غياب هذه الدعاية .. وفي نطاق المجال السياسي نجد ان الدعاية تُمارس عن طريق الاحزاب ومجموعات الضغط اذ تحاول كل منها اقناع الجماهير لتأييد قضيتها.. وهذا ما يصفه ليونارد دوب وهو اشهر من كتب في موضوع الدعاية بأنها « **محاولة منظمة من جانب شخص او أشخاص للسيطرة على أتجاهات الافراد والجماعات عن طريق الإيحاء بغية التحكم في سلوكهم**» . هذا الفهم الغربي للدعاية ووصفها بعدم الامانة والخداع جاء نتيجةً للممارسة العملية الخادعة اثناء الحربين العالميتين، كما فعل غوبلز - وزير الدعاية النازي ومستشار هتلر- الذي اعتمد الكذب المكرر اسلوبا للدعاية وتكيتكا عسكريا لارباك العدو، اما في الدول الاشتراكية فقد اعتبر انصار الشيوعية ان الدعاية ما هي الا توضيحا لكتابات ماركس وانجلز ولينين وستالين. ان جذور الخشية من الدعاية ترجع الى استعمالها كرديف

للمجهود الحربي اثناء الصراعات ثم استغلالها ببراعة من قبل الانظمة السياسية ضد جمهور معيّن من الناس بهدف التلاعب بأفكاره ومشاعره، ذلك ان القيمون على الدعاية يعتقدون تماما بأن الجمهور هو خامة بيضاء سلبية يستطيع الدعائي بطرق وحيل دون اعتبار لأية اعتبارات اخلاقية او حدود سياسية او معايير انسانية او عوائق جغرافية. لهذا اطلق عليها تعبير « طرق شيطانية» وباحثون في مجال الاتصال الاعلامي اعتبروا الدعاية النموذج العملي لنظرية « الرصاصة الاعلامية». (6)

وبالحديث عن الدعاية يفرق بعض الباحثين بينها وبين الدعوة والاثارة ، **فالدعوة** تعني في الغالب نشر فكرة معينة بهدف أقناع الآخرين بها، مستخدمين في ذلك الحجة والمنطق والتفكير السليم كما هو الحال في الدعوة الدينية او اي فكرة ذات مضمون عقائدي. وتفترض الدعوة علاقة روحية معينة وأنتماء عقائدي ثابت، فهي لا تتجه الا الى شخص مؤمن أو على أستعداد لأن يؤمن على خلاف الدعاية التي تتجه الى شخص على استعداد لأن يقتنع (هناك فارق بين الايمان والاقتناع، الاول يشير الى الاستجابة الكلية بينما الثاني نوع من المناقشة المجردة تنتهي بتقبل وجهة نظر او التحفظ عليها) أما **الاثارة** فهي تستخدم للترويج والتسويق بهدف أكتساب أنصار لها، وغالبا ما تعتمد الاسلوب التعبوي والحماسي ذات الطابع العاطفي بهدف جعل الجماهير تتخذ موقفا معينا ازاء مشكلة ما، لان هدف الاثارة في النهاية هو تحريك الجماهير لعمل مباشر تحت تأثير أنفعال مؤقت.

ولكن كيف تعمل الدعاية؟ الدعاية كأي نشاط اتصالي آخر تقوم على استعمال الرموز واستغلالها بهدف التأثير في الجمهور المتلقي بالعمل على إعادة تشكيل مخزونه المعرفي من معتقدات وقيم وافكار ومواقف لينتج عن ذلك سلوكاً محدداً

يتفق مع قصد الدعائي. من هذا المنطلق تقوم الدعاية كعملية على جملة عناصر:

1. **الدعائي**، وهو المرسل او الجهة المنظمة للدعاية، قد يكون شخصا محترفا بأختلاق الاكاذيب والشائعات وقد تكون مجموعة من الخبراء في مجال علم النفس والاجتماع والسياسة والاعلام يتعاونون جميعا لانتاج دعاية مؤثرة توضع بتصرف جهاز عسكري او استخباراتي او سياسي ليتولى هذا الاخير بثها في الوقت المناسب .

2. **الرسالة**: للتأثير على جمهور معين لا بد من رسالة او مضمون دعائي يستحوذ على اهتمام هذا الجمهور، وعند اعداد الرسالة – المضمون يحرص القيمون على الدعاية النظر في أعتبارات: ان تتناسب مع الاهداف المقررة من الحملة، ان تتناسب مع المناخ الاجتماعي للمتلقي او تؤثر في هذا الاخير وتحركه نحو القيام بعمل ما.

3. **الوسيلة**: الشرط الاساسي عند وضع الرسالة النظر في مقدار ما يمكن ان تفعله من تأثير واثارة اهتمام وجذب انتباه، وليتم ذلك لا بد من استخدام الوسيلة المناسبة وهو الشرط الثالث من عملية الدعاية، فعندما نقول بجذب انتباه يعني ذلك التوجه الى الحواس وبقدر ما تكون الرسالة متقنة لجهة الصورة والالوان والمؤثرات السمعية المصاحبة واستخدام الرموز المعبرة بقدر ما تفعل فعلها في الجمهور المتلقي.. فالاعلام المكتوب لا يعّبأ الجمهور كما الاعلام المسموع والـتأثير بدوره يختلف كليا مع الوسائل المرئية من تلفزة وسينما ومسرح والكتروني حديث

4. **المتلقي**، لا تؤتي الدعاية ثمارها ان لم تكن محددة الهدف: الى من تتوجه؟ مما يعني ضرورة وجود جهمور مستهدف، ولغاية ذلك يحرص القائم بالدعاية على معرفة جمهوره عبر دراسة خلفياته الاجتماعية والنفسية، مستوى اهتماماته، عاداته وتقاليده واحتياجاته وتوقعاته، حيث على

ضوء حساب هذه المتغيرات يدرك الدعائي اين نقطة الضعف ليتمكن من ان يضرب ..

5. **النتيجة**: الهدف الاول والاخير من اي رسالة اعلامية هو حصيلة ما تعمل لاجله : هل تركت اثرا؟ هل حققت استجابة عند المتلقي؟ بعد تنظيم الرسالة واعداد الوسيلة يتطلع ويتابع الدعائي نتائج رسالته في التغيير اذا ما كانت ناجحة وان لم تؤدي فعلها يبحث عن طرق استمالة اخرى. من هنا ولضمان نتائج الدعاية على وجهها الامثل يُنظر دائما الى : مستوى الاستحواذ/ رد فعل التلقي/ التاثير السلوكي عند المستجوب/ من استجاب ومن لم يستجب والذي لم يستجيب لماذا؟ ونوع الوسيلة المستخدمة ...الخ

1.3 وسائل الدعاية:

ماذا تعتقد **هل للدعاية وجه ايجابي أم أنّها سلبية الطابع**؟ يلاحظ ان الدعاية تنطوي على شقين رئيسين : أيجابي وآخر سلبي، الطابع الايجابي يتجلى عندما يكون هدف رجل الدعاية إحداث تغيير في سلوك المُوّجه اليه، وهو تغيير ما كان ليحدث لولا الحملة الدعائية، اما الطابع السلبي فهدفه الحيلولة دون وقوع تغيير مقبول او عندما يعتمد رجل الدعاية اللعب على الغرائز والعواطف التي تناسب هدفه كما هو الحال مع المعلن التجاري في الدعاية التجارية واستثارة الاهتمام عبر غريزة حب الامتلاك / الرغبة بالانتعاش/ التطلع والطموح في الاستهلاك.. وفي مختلف وجوه الدعاية سواء الايجابية او السلبية يستخدم مهندسو الدعاية جملة من الوسائل لتحقيق اهدافهم منها :

1) **التحريف والتشويه**
2) **الكذب والتلاعب بالحقائق**

3) **التكرار المستمر للافكار غير المقنعة**

4) **البساطة في الشعارات والقوة في الرموز**

5) **المبالغة والتهويل**

6) **أنتهاز الفرص وأعتماد عامل المباغاة**

7) **تكتيك الكتمان / اسلوب الصمت**

8) **أسلوب تحويل الانظار**

9) **مخاطبة الناس على قدر عقولهم / المسايرة**

10) **الشائعات**

عبر بعض هذه الوسائل او مجملها تستطيع الدعاية القوية أن تُغّير من طبيعة الرأي العام، فقد تتحول جماعة معينة الى حشد تحت تأثير الدعاية، حيث من المفترض على هذه الجماعة ان تسير وفق منطق العقل بينما اذا أستجابت لالآعيب الدعاية في الضرب على الوتر العاطفي فمن المحتمل ان تتحرك الجماعة وفق نداء العاطفة ويصبح تصرفها انفعاليا. ومن بين ما يلجأ اليه الدعائي ضمن وسائل دعايته ما يعرف بأستراتيجيات الاستمالة وهي عبارة عن جملة من الاساليب التي يستخدمها للتأثير أبرزها:

- **استثارة صورة نمطية** عند المستهدف، وهذه تتم بعدما يدرك الدعائي ما لدى الاخر من صفات فيعمل على استخدامه للاستثارة والتجييش كما في الاعلام الغربي الذي يلعب على الصورة النمطية عن الزنوج بوصفهم : كسالى، والعرب بوصفهم : متعطشين للجنس والقتل.. والايطاليين كأفراد مافيا وعصابات..
- **استخدام رموز وشعارات** ذات الوقع القوي والمفعمة بالايحاءات كأستخدام التنظيمات اليسارية لتعبير الامبريالية، إستخدام آخرين تعابير

من قبيل : الرجعيين ، التقدميين، الاحرار..

- **قلب الحقائق** ، أحيانا يبني الدعائي دعايته على حقائق واقعة ولكنه في احيان كثيرة يلعب على الوقائع ويقلب الحقائق لصالحه كي يوهم الاخر بأن الحقيقة هي التالية وليست كما يراها .(هنا نوع من اثارة البلبلة عبر الدس وتحريف الوقائع) لا سيما وان الدعاية لا يهمها التوعية بقدر ما يهمها التلاعب بعواطف ومعارف المتلقين
- **الاعادة والتكرار** ، من فائدة التكرار انه يدفع المتلقي الى التركيز والى التذكر كما انه يؤدي الى تثبيت المعلومة لهذا يستخدم الدعائي اسلوب التكرار واعادة التذكير بشكل متواصل عملا بقاعدة: ليثبت المسمار جيدا في مكانه لا بد من ضربات عديدة مكررة ومركزة .

وهكذا يقدم الدعائي افكاره كحقائق مفروغ منها، تعمل على تعزيز موقفه دون اللجوء الى مناقشتها مع الاخرين – المتلقين. انه لا يقدم الحقائق او المعطيات بل يعتمد اسلوب الايحاء والغموض والمعلومة تلو المعلومة حتى يشعر الاخر بالإرباك. وفي لحظة وقوع الجمهور المستهدف بالتشوش والارباك اصبح فريسة سهلة لستقبال افكار جديدة وبديلة يحضرها الدعائي كخطة ممنهجة منه نحو اخضاعه او كي يتمرد على سلطته البائدة، او تجييره نحو مشاريع يرتأيها القائمون بالدعاية المنظمة.

2.3 أشكال الدعاية:

ترتدي الدعاية أكثر من ثوب كيف تصل الى من تود التأثير بهم، فهي لا تدع أسلوب من اساليب الاتصال بالجماهير ألّا وتحاول أستخدامه عبر طرق فنية متعددة كالاشارات / الاغراء والاغواء/ الاقناع/ بث الخوف/ وعد بتحقيق الاحلام/ الترهيب النفسي/.. على نحو ما سوف نعرفه في الاشكال التالية:

1) **الدعاية السياسية**: وقد ظهر دورها في الاطار الدولي المعاصر كأحد الادوات الهامة لتعزيز مكانة الدول وسياستها الخارجية سواء لجهة اظهار الدولة المعنية (التي تبث الدعاية) على انها ذات مقومات استراتيجية وحضارة وعلوم وتراث او سواءً عبر اظهار دورها الريادي في العمل الاقتصادي والانساني والسياحي.. وفي نطاق الدعاية غالبا ما يعمد ساسة الدول وقادتها وخاصة اثناء الحروب الى الاعتماد على العاطفة الوطنية وحب العائلة وكراهية العدو والخوف منه وبث الثقة في النصر والشجاعة والاقدام. كما أن بعض الدول تكون جاهزة لدحض دعايات العدو (او دول اخرى مناوئة لها) التي تحاول ان تحط من قيمتها عبر الضرب على وتر عدم الثقة وأعتبارها اماكن توتر وأرهاب..

2) **الدعاية التجارية** : وتلعب دورا هاما في الحياة الاقتصادية وسير عمل الشركات والمؤسسات وحتى الافراد (المنتجين الصغار) اذ لولا الدعاية يصعب التسويق والانتاج وتحريك عجلة الاقتصاد، فالعمل الدعائي هنا يستخدم للترويج والبيع عن طريق فن الاعلان. وقد وصل الامر بالمعلنين الى إستغلال العواطف الانسانية واستثمارها بهدف الربح والبيع المكثف، كما هو الحال عندما أبتدع هاملتون – وهو من خبراء الاعلان الامريكيين– عيد الام .. وجعله مناسبة عائلية يقدم بها الاولاد الهدايا لأمهاتهم، هنا ثمة محاولة لاستثمارعلاقة حميمية (الامومة) بدفع الاولاد لشراءالهدايا لدرجة يشعر بعقدة الذنب من لا يشتري هدية لامه، وكذلك الحال يمكن القول عن اعياد اخرى ابُتكرت (كعيد الحب / يوم الصداقة/ عيد الاب/ HALLAWEEN) التي تستثمر تجاريا بابتكار سلع خاصة للمناسبة مما يعود بالربح والفائدة على المعلنين والتجار.

3) **الدعاية التربوية**: ونعني بها المفاهيم التربوية والثقافية والاجتماعية التي تمرر للاجيال عبر مؤسسات التنشئة الاجتماعية في الاسرة والمدرسة والمؤسسة الدينية.. في كثير من الدول يُلاحظ كيف انها تغرس في نفوس ابنائها التقاليد وسياسة الحكم واتجاهات المجتمع في نفوس أبنائهم منذ الصغر وهذا ما يعرف بالتعبئة الوطنية.. في الدول الاشتراكية مثلا ودول نظام الحزب الواحد تعتبر االدعاية والتعليم شئ واحد.. لهذا يعتبرون كلمة دعاية من الكلمات المحترمة وليست من المعاني السلبية كما هو شائع في الغرب. أما الدول الرأسمالية فأخلقت ما يُعرف بالعولمة، ذلك المصطلح والفكر الذي حملته وفرضته أمريكا على كل الشعوب الأخرى من خلال خطة طويلة الأمد، فرأينا التغيرات في الأكل والملبس وثقافة takeaway & delivery، وكارينا بودي بين الفتيات كأشهر موضة ملابس، وزرعت فينا الثقافة الاستهلاكية المتغيرة بسرعة، ولم يقف التأثير علي الملبس وأسلوب التعامل والتفكير وإنما وصل بنا إلي الهوية ومحو الانتماء والطابع الوطني أو النزعة الدينية.

4) **الدعاية النفسية**: لا يكتمل الحديث عن الدعاية دون التعريف بالبعد النفسي لها، عبر ما يعرف بالحرب النفسية التي هي شكل من اشكال الدعاية تستخدم اثناء الحروب الباردة أو الصراعات الفعلية لتحطيم معنويات العدو العسكرية او المدنية واضعاف ارادة القتال، كما انها تعمل على زرع بذور الشك وتحطيم هيبة قدرات الدولة او الاحزاب المناهضة في نفوس المتعاطفين معها.. ويتصل بالحرب النفسية اسلوب «غسيل الدماغ» وهي محاولة لتوجيه الفكر الانساني ضد رغبة الفرد الحر نحو تأثير محسوب على آخر موجه، حيث بالقهر النفسي والفكري

يصل المرء الى مرحلة خضوع لآارادي (تعرف بموت العقل) تجعل احدهم تحت سلطان ايديولوجيا معينة لا قوة له فيها ولا قدرة على التغيير او الرفض. وقد استخدم مثل هذا الامر في سجون الاعتقالات السياسية والتعسفية عبر عزل الشخص عن الحياة العامة / حرمانه من الطعام او النوم/ التهديد بالعنف/ الاذلال / الترغيب والترهيب/ وكل ذلك بهدف ان يسير وتوجهات من يعتقله. يتميز اسلوب غسل الدماغ بأنه اسلوب قسري يهدف الى اضعاف مقاومة الفرد المستهدف الذي غالبا ما يكون اسيرا في معتقل تحت رحمة آسريه ويتحقق ذلك عن طريق التعنيف واحيانا عن طريق المخدرات والتنويم المغناطسي حتى يجد نفسه (الاسير) خاضعا لارادة من يقوم بعملية الغسل وهنا تبدأ مرحلة اعادة التلقين للافكار الجديدة التي تحل محل الافكار السابقة وهناك عدة صور وأساليب للحرب النفسية لأداء تلك المهام، نذكر منها ما يلي:**الشعارات والهتافات**، لإثارة انفعالات الغضب والكراهية أو الشجاعة والحماسة.**الكلمة المسموعة أو المقروءة،** التي من شأنها التأثير على العقول والعواطف والسلوك طبقاً لمقتضيات الموقف و **الإشاعات،** وهي أخبار مشكوك في صحتها ويتعذّر التحقق من أصلها، وتتعلق بموضوعات لها أهمية لدى الموجهة إليهم، ويؤدي تصديقهم أو نشرهم لها إلى إضعاف روحهم المعنوية.

أما من حيث النوعية والتأثير فيمكن تقسيم الدعاية إلي:

1- الدعاية البيضاء:- وهي تلك الدعاية المعروفة المصدر والتي تطلقها دولة أو جهة ما معروفة ومعلنة للتأثير علي شعب أو جيش دولة خصم، وهنا الدعاية تعتمد علي قدر كبير من الحقائق حتى تكتسب ثقة الشعب أو

الجيش الخصم والتأثير عليه وخصوصا أنها تصدر عن مصدر معروف بعدائه وخصومته.

2- الدعاية الرمادية: وهي تلك الدعاية التي تحافظ دوما علي أن تكون غير معروفة المصدر، حيث تبدأ وتنتشر وربما تنتهي دون أن يظهر بوضوح من الذي أطلقها بالضبط ومن المستفيد بالتحديد، يحتاج هذا النوع إلي حنكة وذكاء وخبرة في فن التأثير بالجماهير.

3- الدعاية السوداء:- وهي أكثر الأنواع شراسة وخطورة حيث تصدر من مصدر معادي تماما في ثوب الصديق، كأن يظهر العدو في صورة صوت للمعارضة بالخارج أو ابن للشعب، وبذلك يكتسب جماهيرية وثقة بأنه يريد الإصلاح في حين أن أهدافه تدميرية.

وبالحديث عن مؤثرات الدعاية ثمة سؤال يتبادر الى الذهن: لماذا تعطي الدعاية في بعض جوانبها نتائج ايجابية وفي احوال اخرى تبقى بلا قيمة؟ **ما هي ابرز العوامل المؤثرة في التأثير الدعائي؟** يحاول منظرو الدعاية الكشف عن آلية تقبل للافكار والاراء ومن بين الآليات التي يتوقفون عندها كمؤثرات (7)

I. معرفة الخلفية النفسية في وعي الناس

II. العمل على وحدة الامزجة

III. النظر في مدى الاستعداد السيكولوجي

IV. اللعب على الجانب الانفعالي.

حيث هناك حالات استثنائية يسيطر فيها على الجماهير شعور عام بالفرح او بالحزن وتظهر وحدة مزاج عند كثير من الناس ، في هذه الحالات تتحقق بنجاح كبير الدعاية التي توافق المزاج العام.. فالدعاية الحزبية والسياسية تنفذ عادة في ظروف نفسية اكثر تعقيدا حيث تستغل في نفسية الناس طموحاتهم، حاجاتهم، تطلعاتهم، حوافزهم.. مثال: من المعروف ان دعاية المنظمات الانمائية الخاصة

بالارياف تنشط في اوساط الشباب من اجل جذبهم بعد الدراسة الى العمل فيها، غير أن مثل هذا العمل الدعائي يصطدم بجملة من المصاعب ، ففي وعي الشباب هناك دوافع وحوافز ذات طابع مختلف لا تجذبه الى قريته، بل يظهر رغبة للبقاء في المدينة حيث امكانات اكبر وفرص افضل ..على ضوء « الخلفية الذهنية – والنفسية" تضطر الدعاية الى تذليل بعض المواقف النفسية – الاجتماعية في وعي الشباب من المدينة وهذه المواقف غير محددة من حيث المضمون لكنها واضحة وممكنة بأتجاه التوقعات. ويكفي كمثال آخر ان نتابع قوة التأثير الانفعالية الضخمة التي يطلقها القادة في الحروب من خلال اقوال وكلمات بهدف رفع الروح المعنوية والقتالية للجنود وتبعد شعور السأم ولتوّلد فيهم طاقة جديدة ورغبة عارمة بالانتصار.

ان اللعب على الجانب الانفعالي يشتمل على عناصر متنوعة مختلفة، حيث هناك العواطف الثابتة والمستديمة كحب الوطن والتعلق بالاسرة والاصدقاء، وهناك الانواع المختلفة من الانفعالات التي تسببها الظروف والمواقف : كالابتهاج، والامان والمتعة، او الحزن والغضب والجزع.. هذا التنوع من القوة الانفعالية يشكل معرفته جهازا ديناميا ممكنا لاحداث تأثير عبر الدعاية ..ذلك ان رجال الدعاية يثيرون ما يعرف ب" الشعلة الحية" عبر الحماس بمحاضراتهم ومقالاتهم واحاديثهم الاذاعية والتلفزيوينة وعلى موهبتهم في معرفة الجماهير من اجل مس مشاعرها ورغبة للتقرب من هذه الجماهير بطريقة او بأخرى

ويكمن الاستعداد السيكولوجي للتأثر الدعائي بأنسجام دائرة من المعارف الجديدة والمعلومات والمواقف والمبادئ مع المعارف والاراء الموجودة مسبقا لدى الناس ومع تمازج هذه المعارف – المقدمة والموجودة اصلا- يحدث عندها بصورة طبيعية : التأثير الايديولوجي..ولكن ثمة حالات تحول دون هذا التأثير عبر "عدم الاستعداد السيكولوجي" فكثير من الجماهير لا تتقبل بسهولة ما يعرض عليها

خلال العمل الدعائي، على سبيل المثال بعد تقليب صحيفة، يهمل اقساما منها، كما قد يغلق مذياعه عند بث احاديث اذاعية لا تعنيه او تثير لامبالاته وضجره، او قد يعرض عن مشاهدة مناظرة تلفزيونية لساسة ليسوا من توجه الايدويولوجي .. مما يعني ان الاعلان الدعائي يصطدم بحاجز انفعالي خاص يتمثل بالعاطفة بالشغف والميل، من جهة، وبالنزعة العقلية المتمثلة بوعي الشخص، ثقافته، ومعارفه العميقة وقدرته على كشف جوهر الادراك المزيف من الصحيح. من جهة أخرى. اذن ليس كلا الامرين (العاطفة والادراك العقلي) يمكن اللعب على وترهما معا او بأحداهما لضمان التاثير الدعائي انما ثمة امر اكثر اهمية عند تقبل الناس للآراء والافكار وهو مدى ارتباطها بحاجاتهم ومطالبهم المختلفة نوعيا، هذه الحاجات يمكن تصنيفها في اطارين :

- حاجات ذات طابع عام، وترتبط بتلك الدائرة من الاهتمامات الاجتماعية الدائمة عند جمهور الناس والمتعلقة بجوانب حياتهم والمادية والروحية ومصائر مستقبلهم وعلاقاتهم المتبادلة مع غيرهم.
- حاجات ذات طابع مرحلي آني، وهي الحاجات والوقائع المرتبطة بأهتمامات الناس المهنية التي تقلقهم في لحظات معينة احداث محلية ودولية او حوادث قريبة منهم. فيسعون الى " التشبث" بما يزيل عنهم القلق..

ان جميع انواع الدعاية قادرة على احداث انطباع انفعالي لكن العنصر الانفعالي المتوجه نحو العاطفة غير كاف ولا ذلك المتوجه نحو العقل، بل لا بد في كل الاحوال معرفة حسن استخدام الوسيلة المناسبة ، لان العنصر الانفعالي المثار في المطبوعات يختلف عن ذلك الوارد في المحاضرة الجماهيرية، والحديث التلفزيوني يختلف تأثيره بطبيعة الحال دعائيا عن الاذاعي او الالكتروني.. فكل

صنف من اصناف التأثير الايدولوجي يتطلب اختيارا دقيقا لتلك العناصر التي يمكنها أن تُكسب الدعاية الصبغة العاطفية المطابقة والبعد المنطقي المناسب وعندها يمكن توقع حدوث الاستجابة الحية.

الخلاصة:

لعل خطورة الدعاية كإحدى وسائل الحرب النفسية، تكمن في الاهداف التي تسعى إليها كليهما والتي حددها البروفيسور رجيارد اكروس والذي كان يشغل رئاسة الحرب النفسية في بريطانيا أثناء الحرب العالمية الثانية:-

1. تحطيم قيم وأخلاقيات الشعب الموجه إليه الحرب النفسية.
2. إرباك نظرته السياسية وقتل كافة معتقداته ومثله التي يؤمن بها.
3. إعطاؤه الدروس الجديدة ليؤمن بعد ذلك بكل ما نؤمن به، (إجراء عملية غسل دماغ).
4. التفرقة بين أبناء الشعب الواحد.

وتختلف أهداف الدعاية بأختلاف وصف الدولة التي توجه إليها: **فمع الدول المعادية** يكون الهدف هو التأثير على عواطف وأفكار وسلوك شعوب هذه الدول وجيوشها لتحطيم روحها المعنوية وإرادتها القتالية وتوجيهها نحو الهزيمة، **ومع الدول المحايدة**: يكون الهدف هو التأثير على عواطف وأفكار وسلوك شعوب هذه الدول لتوجيهها نحو الانحياز للدولة الموجهة أو التعاطف مع قضيتها. أو على الأقل البقاء في وضع الحياد ومنعها من الانحياز إلى الجانب الآخر **ومع الدول الصديقة** : يكون الهدف هو التأثير على عواطف وأفكار وسلوك شعوب هذه الدول لتوجيهها نحو تدعيم أواصر الصداقة مع الدولة الموجهة ونحو المزيد من التعاون لتحقيق أهدافها؛ لذلك تفضّل بعض الدول استعمال اسم الحرب النفسية بدلاً من لفظ الدعاية بأعتبار ها

تحقق هدفها في تحطيم روح العدو المعنوية وإرادته القتالية من خلال المهام الرئيسة الآتية: تشكيك العدو في سلامة وعدالة الهدف الذي يحارب من أجله و زعزعة ثقة العدو في قوته، من حيث: الرجال، والعتاد، والقادة، وثقته في أماكن إحراز النصر، وإقناعه بأنه لا جدوى من شنِّ الحرب أو الاستمرار في القتال.

*هوامش الفصل الثاني:

1) د. عصام موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، دائرة الصحافة والاعلام، جامعة اليرموك ، الاردن، 1986.

2) د. سليفيا معلوف/ موضوعات في علم النفس الاجتماعي التطبيقي، معهد العلوم الاجتماعية، الجامعة اللبنانية، 1984، غير منشور).

3) « القيم الاجتماعية في عالم اليوم: اية مفاهيم؟ (استطلاع للرأي: اعداد وتنفيذ طلاب من كلية التربية، واشراف د.مامون طربيه)، كلية التربية، الجامعة اللبنانية، بيروت، 2005 (غير منشور) .

4) دكتور محمد أحمد النابلسي, سيكولوجية الشائعة، مركزالدراسات النفسية، بيروت ، لبنان.

5) د.محمد احمد النابلسي، المرجع نفسه.

6) د.عصام موسى، المرجع نفسه .

7) نزار عيون السود، علم النفس الاجتماعي وقضايا الاعلام والدعاية، ترجمة عن مجموعة من علماء الروس، دار دمشق للطباعة والنشر، تاريخ النشر غير مذكور).

<u>المحور الثالث</u>

الفرد والسلوك التفاعلي (السوسيو متري)

1. مفاهيم في التفاعل الاجتماعي

يمكن أن يحدث التفاعل بين أيّة مكونات سواءً كانت جامدة او حيوانية أو طبيعية أو إجتماعية، فخاضية التفاعل الاجتماعي إنه في جوهره تفاعل رمزي، حيث التفاعل الكيميائي قد يحدث بين مواد متجانسة لينظر الكيميائي في مختبره الى ما تؤدي نتيجة اختلاطها وفي عالم الطبيعة تتفاعل عناصرها (الماء والنور والهواء والتلوث/..) لينتج من جراء ذلك انبعاثات طيبة (نباتات جيدة) او سامة (نفايات/ وجينات مسرطنة) أما في العالم الاجتماعي والنفسي فالصورة مختلفة تماما حيث التفاعل يحدث بصورة فعلية ورمزية من الانسان وإليه، أي إن دائرة التفاعل غير محصورة بل أن محورها العلاقات الاجتماعية المفتوحة على اكثر من صعيد: بين فرد وفرد، بين فرد وأسرة، وبين أسرة أسرة اخرى، بين فرد وأسرة وجماعات إجتماعية أخرى..وبين جماعة اجتماعية وجماعات اجتماعية مثيلة وهكذا.. لأن الإنسان ليس مجرد كأئن بيولوجي يعيش في فراغ فضائي وإنما في حقيقة أمره «كائن متفاعل بالمشاركة الجماعية»، فهو محورعملية تبنّي واستجابة يحدث من جرائهما أن يتغير، يتحرك، يطور من ذاته، يعدل من سلوكه، يكتسب معارف حتى تجعله يتكيف وتوقعات الغير.. وهذه هي الفكرة الأساس من التفاعل الاجتماعي: ان يتكيف وتوقعات الغير. كيف ؟ عبر مقومات أبرزها:

أ. **الاتصال والتواصل**، برأي علماء النفس الاجتماعي هذا العامل هو الحقيقة الاساسية للوجود الانساني هو الذي يجعل التفاعل بين الجنس البشري ممكنا

ويحوّل أفراد أي مجتمع إلى «كائنات اجتماعية» وعملية الاتصال هذه تمثل شتى الطرق التي يؤثر فيها شخص في آخر أو يتأثر به. ولكن أبرزها اللغة، التي تعتبر أهم إنجاز أخرج الإنسان من الوجود المادي المجرد ووضعه في وجود رمزي واسبغ على الواقع بعدا لا يعرفه سوى الجنس البشري .. وفي هذا السياق اجرى جان بياجيه أثناء نشاطه في معهد جان جاك روسو في مدينة جنيف / سويسرا، دراسة حلل خلالها كلام طفلين في عمر 6 سنوات اثناء نشاطهما الحر ليجد عبارات كلامهما قد تخطت الـ 1500 عبارة، 38% منها كان متمركزا حول الذات و62 % منها متكيفا مع المجتمع، فأستنتج انه كلما كان اتصال الطفل بجماعات اوسع من نطاق اسرته كلما كانت لغة الطفل الاجتماعية أغنى، مما يعني ذلك أن أي فرد إجتماعي حينما يدخل عمليا بما يصطلح على تسميته سوسيولوجيّاً بـ «الاستدماج»(*) ويتمثل الادوار الاجتماعية ومجموعة القواعد والمعايير وانماط السلوك (بمعنى يصبح المجتمع في عقل الفرد) كلما قلّ لديه الاهتمام المركز على الذات..

ب. التشارك والتبادل: تبيّنَ بالمتابعات الميدانية ان الفرد الذي لا يستطيع اقامة تبادل او تشارك بالفعل مع آخرين، لا يستطيع تعلم تعديل سلوكه بالنسبة لتوقعات الغير ويفشل في ان يكون اجتماعيا (مندمجا) وهذا ما يعرّفه علماء الاجتماع بمفهوم « الدور» والذي يعني مدى قدراتك الادائية عندما تكون لديك صفة اجتماعية ما. لهذا يقول كوفمان: الحياة الاجتماعية اشبه بمسرحية كل منا له دوره ونجاحك فيها يتوقف على مدى ادائك المتميز والمتكامل مع ألاخر. ذلك ان الانسان الفرد مثلما يولد متعمداً على غيره من أجل اشباع حاجاته الاولية، كذلك سيعتمد عليه الاخرون في مراحل عمرية حيث يصبح مسؤولا، حينما يتمثل في وجدانه قيم المجتمع وعاداته ودوره مسؤوليته في هذا المجتمع وهذا ما يعرف بعملية التطبيع الاجتماعي التي تستهدف تحويل

الفرد من كائن بيولوجي الى كائن اجتماعي تتمثل فيه الصفات الانسانية للعب دور اجتماعي رائد بالتشارك والتبادل

ج. **انفتاح الانا وقبول الاخر،** الى جانب الصفات الجسمانية ورغبة التعاون مع الاخرين والذكاء اللافت، درس علماء النفس العديد من العوامل المتعلقة بالأنا والآخر فوجدوا نتائج قوية وهامة وهي أن الناس تنجذب إليك إذا ما شاركتهم نفس المواقف تجاه الحياة مثل الأبّوة والأمومة ومسائل الرفاهية والتدخين والأفلام الأجنبية وما شابه، ولكن ما سر ذلك؟ من الأسباب هو أن الآخرين يفترضون أفتراضا طبيعياً بأن الذين يشاركونهم نفس المواقف سيحبوّنهم وهكذا أذا ما أتفقت مع أحدهم في الرأي حول عقوبة الإعدام – مثلا- فأنه يفترض بأنك ستحبه أكثر مما لو لم تتفق معه ولأنه يفترض بأنك تحبه فأنه سيحبك، وهكذا إذا إردت "نقطة إنجذاب" إظهر للآخر المواقف التي تتقاطعان فيها بالرأي وأنظر إذا كان بأمكانك العثورعلى النقاط التي تتفق بها معه أكثر من تلك التي تتعارض فيها معه، **فالناس تفضل سماع كلمة أنت محق أكثر من قولك لهم أنت مخطئ** وهكذا يتصرف الناس تجاه بعضهم البعض بناء على مخزون قيمي ومُثل عليا تمت بفعل التربية والتنشئة، إلا أن أهمية هذا المخزون ليس في كونه « مقوما تربويا وحسب» وانما في قدرته على جعل الناس قادرين على فهم سلوك بعضهم البعض واحترام معتقداتهم .. وبقدر ما يقوم احدهم في تقدير مشاعر الاخر واحترامها بقدر ما ينجح التفاعل. مما يعني ان تفاعلنا الاجتماعي – وهذا ما يفسره السوسيولوجي البريطاني انطوني غدنز- قائم على نظام من التصرفات العفوية خلال تواصلنا اليومي من خلال مظاهر : التواصل اللفظي وغير اللفظي، المشاركة في المحادثة، طريقة التكلم، لغة الجسد، مجال الزمان المكان الذي يتواجد فيها المتشاركين.. حيث يمكن لهذه المظاهر ان تحدد مدى الانفتاح او قبول الاخر او عدم ذلك.

د. الاعراف والمعايير: تعتبر الاعراف الاجتماعية اساس التفاعل والتجمعات والسلطة والادوار وتبوء المراكز، فبدونها لا معنى لأيّ من المفاهيم السابقة، فهي التي تحدد سلوك الفرد وهي التي تنظم تواصل البشر وضبطه كما انها تحدد ما هو ثابت ودائم وما هو نسبي وما هو مؤقت وما هو متغير. منها المطبوع بالطابع الاخلاقي والديني ومنها العادات والتقاليد المتعارف عليها ذوقا وممارسة وادبا، ومنها ما يتيح للفرد عنصر الاختيار ومنها ما يقيده تقييدا تاما. ولكن في مجملها هي المقاييس التي يحدد من خلالها الافراد سلوكهم وتوجهاتهم وفهمهم لتصورات الاخرين وعاداتهم ، فما يبدو عقلاني او مستهجن بين مجتمع وآخر بالطبع له مبرراته في ضوء العادات والتقاليد السائدة.

اذن في مكان ما، في خلفية تفكيرنا وأعماق ذاتنا، يوجد «حس» يحرّك فينا مشاعر متعددة، منها أن نبحث عن شخص نتواصل وأياه، نرتاح لوجوده، لحديثه، لرؤيته، وعبثا نبحث عن هذا الشخص المرغوب. وفي لحظة ما يطل هذا الشخص دون أن نراه سابقا أو نعرفه ونشعر معها بأنه هو الشخص الذي نبحث عنه... أنها "الكيمياء" التي يصفها العلماء وتم دراستها كظاهرة ليس فقط في تفاعل المواد الطبيعية وأنما في طبيعة العلاقات البشرية وتوصلوا الى أن هناك شئ مشترك بين كل أثنين في هذا العالم ويظهر عندما يتقرّب أحدهم من الاخر ولحظتئذ يبدأ "الانجذاب". ورغم ان الأهتمام بالآخر والحصول عليه من الآخرين حاجة نفسية أنسانية تمنح الأنسان الشعور بالأمان والثقة وتعمق روابطه مع المحيط، يقود غياب الأهتمام إلى برودة المشاعر والجمود واللآمبالاة، فما هو جوهر الأهتمام؟ ما سر الانجذاب ولماذا يحدث النفور؟ حول هذه المسائل اهتم علم النفس الاجتماعي بالبحث والدراسة وفق ما يعرف بدراسات القياس الاجتماعي (sociometrie)

2. تعريف القياس الاجتماعي

السوسيومتري علم متفرع من علم النفس الاجتماعي يهتم بقياس العلاقات بين الافراد في الجماعة الواحدة وبتحديد انماط العلاقات بين جماعة وجماعة اخرى، هو مجال دراسي يهتم بأنماط التفاعل بين الافراد لجهة دراسة العلاقات القائمة على الاختيار والتجانس والنبذ والتنافر، كما يهتم بالكشف عن قدرة الفرد على التكيف مع التنظيم الاجتماعي السائد.. ذلك ان الانسان يتوق في كل زمان ومكان للانتماء إلى جماعة متجانسة متآلفة يشعر فيها بالامن والامان، توكل إليه فيها الأدوار والمراكز المناسبة وللتعبير عن حاجاته بالاتصال والتفاعل مع الاخرين، فهو لا يسعى ليكون محبوبا ومقبولا من الجماعة فحسب وانما أيضاً ليكون فعالاً ومشاركاً يقيم مع أفرادها علاقات ودية منتجة، وهو لا يكتفي عادة بالانتماء الى جماعة واحدة بل يعمل خلال مراحل حياته للالتحاق بعدد كبير من الجماعات المختلفة ما بين عائلية ومدرسية ورياضية ومهنية وسياسية وفكرية وعلى هذا فأن لكل جماعة وجها رسميا يحدده التنظيم الذي ينتمي اليه عبر قوانين والتزامات ومبادئ، ووجها غير رسميا تحدده شبكة العلاقات الشخصية والاجتماعية العفوية القائمة بين الافراد، هذا يعني ان التنظيم الرسمي يفرض علاقاته فرضا على الافراد وقد لا يكون بالضرورة معبرا عن رغباتهم (زمالة العمل/ الدراسة..) والتنظيم اللارسمي الذي يتخير فيه الافراد علاقاتهم مع الاخرين بشكل حر عن طريق الملائمة النفسية والعاطفية او الانسجام بالدوافع والتطلعات. ضمن هذا الاطار يكون محور اهتمام السوسيومتري لجهة دراسة الجماعة وحياتها الداخلية وديناميتها بقياس العلاقات العاطفية القائمة بين افرادها وبالاتصالات العفوية غير الرسمية .

ويعتبر **مورينو** من اشهر الباحثين الذين درسوا هذا الموضوع حيث يرى ان :

هناك نوعا من التبادل الحسي والحركي والعاطفي ومن التواصل غير اللفظي بين افراد جماعة ما، وهذا التواصل لا يُلاحظ ضمن اطر العلاقات الرسمية الظاهرة بل هو يقوم على ثلاثة انماط رئيسية تحدد علاقة الفرد بألاخرين وهي: التعاطف، اللامبالاة والنفور.. ويرى ان العلاقات الانسانية الظاهرة والرسمية مزيفة وغير صادقة ولا تعكس روابطنا الفعلية بالاخرين وبالتالي فأن معرفة موقع ألاخر بالنسبة لنا يسمح بتحسين روابطنا معه وبزيادة رغبتنا بالتعرف اليه ويسمح على المدى البعيد بتحسين تماسك الجماعة او التكتلات التي تنتمي اليها. لهذا يعتبر ان دراسة العلاقات الاجتماعية كوسيلة ليس فقط لمجرد معرفة سير الجماعة وانما للاستفادة منها لكشف القيمة الفردية والجماعية والعلاجية للعلاقات. ذلك انه لايمكن بالطبع ان نستشف صدق المشاعر عند الاخر وصدق العلاقة التي يقيمها معنا الا من خلال اطلاق العفوية والتلقائية، فالعفوية اساس التكيف بل هي محور التعامل مع الآخر والمساواة بين البشر، ولتحقيق هذا الغايات (التكيف/ المساواة/ الايجابية في التعامل) لا بد ان نعمل على اطلاق العفوية المسجونة في داخلنا وفي نفوس الاخرين فتحريرها هو التقنية المثلى للتغيير الاجتماعي بأعتبار ان التلقائية رديف الابداع ونقيض الكبت الذي يخنق امكانات التعبير الصادق والصريح وعما يجول بالنفس من مشاعر وابداعات.(1)

3. أساليب القياس الاجتماعي

بدأ باحثو علم النفس الاجتماعي بدراسة القياس الاجتماعي منذ اواخر عشرينيات القرن الماضي عندما قام مورينو بأعادة تأهيل جانحات مومسات من خلال روائز سيكولوجية عدة مثل : رائز العفوية، رائز لعب الادوار (السيكودراما) وبعد ان لفت الانتباه الى اهمية دراسة التفاعل العفوي واكتشف دينامية العصبة وركز على الدور الاجتماعي اطلق مبدأ التفاعل العلاجي

الذي مهد لقيام العلاج النفسي للجماعة ثم ما لبث ان اطلق فروعا جديدة في علم النفس الاجتماعي من المسرح الارتجالي، الى المسرح العلاجي، وعلم النفس العلاجي للجماعات .. في ظل هذه الاجواء والدراسات المكرسة لدور الجماعة وتأثيرها في سلوك الأفراد برزت الحاجة الى إيجاد تقنية تحقق ثورة علاجية يكشف من خلالها المعزولين والمنبوذين من الجماعة وكيف يمكن إعادة تأهليهم ودمجهم بعدما تطلق قدراتهم الكامنة وتخرج التصورات الخاطئة عن ذاتهم وعن الاخر بما يحقق التماسك والسعادة للافراد والجماعة على حد سواء.. فكان الاختبار السوسيومتري كأحدى واهم اساليب القياس .

I. **الاختبار السوسيومتري**: تقنية بسيطة جدا تجري على افراد جماعة يعبرون عن رغباتهم الذاتية بالاستناد الى معيار او مجموعة معايير يعطيها الباحث وهي تتعلق بالوضعيات التي تعيشها هذه الجماعة، وتتضمن هذا التقنية – الاختبار سؤال كل فرد من افراد الجماعة عن اسماء الافراد الذين يفضل ان يقوم معهم بنشاطات محددة او يتواجد معهم في وضعيات اجتماعية خاصة، ثم يتم تحديد الاختيارات التي تمت بين الافراد عبر رسم بياني يعرف بالسوسيوغرام . كما هو الحال في الرائز التالي حيث طلب من كل شخص في جماعة محددة ان يختار لنفسه رفيقا او اكثر في نشاط اجتماعي يرغبه : « من تعتقد انك ستختار ل.......» ويمكن اضافة سؤال آخر يتعلق بالتوقعات من الاخر كقولنا: « من تعتقد انه سيختارك من الجماعة لتقضي معه نشاطا محببا....»(2)

II. **الاستمارة السوسيومترية**: تقوم هذه الاستمارة على جملة معايير وتتوزع على مختلف الانشطة القابلة للقياس حيث يمكن للاسئلة ان تركز على اوقات الفراغ او على المشاركة في رحلة او على المساكنة في غرفة او على المرافقة الى استعراض موسيقي او دعوة الى سهرة او

غداء او يمكن ان تتطرق الى امور حميمية كسؤال احدهم الى من تفضل ان تفضي بمشاكلك او مع من ترغب بأن تتحدث بأمورك الشخصية؟ ومن الاسئلة التي تعتمد غالبا في الاستمارة السوسيومترية:

1) **اذا اتيح لك الاختلاط بشخص يستحوذ اعجابك فمن تختار ؟**
2) **سمّ عددا محددا من افراد جماعتك تود ان تعمل معهم ؟ من هو المفضل لديك أولاً، ثم ثانياً ثم ثالثاً.**
3) **بالقرب ممن تريد ان تجلس في الصف (او في العمل من يريحك التقرب اليه)**
4) **مع ممن تريد اللعب او السفر او التنزه ؟**
5) **من هم الطلاب الثلاثة المفضلون لديك في صفك ؟**
6) **من تختار ليمثلك في لجنة تهتم بشؤون تتعلق بأمورك او امور الجماعة التي تنتمي اليها؟**
7) **اختر فردين من جماعتك (نادي/ كشافة/ صف هواية/) تفضلهما بشدة (او لا تفضل وجوده معك)**
8) **عدد اربعة اشخاص في جماعتك (فريق/ منظمة/ كلية) تعتقد انهم الاكثر نفوذا وجاذبية**
9) **من تعتقد انه يشبهك في طباعك من ابناء صفك (من الجماعة حيث تعمل ؟)**

في احدى الاستبيانات المتعلقة بالشعبية والجاذبية وُجّه لطلاب ثانوية من كلا الجنسين السؤالين التاليين

(3) ما الذي يجعل بنات الثانوية اكثر جاذبية؟

***بالنسبة للذكور ما يجعلها كذلك : الشكل الجميل/ الذكاء/ البراعة في الانشطة/ مشاركتها في الانشطة الاجتماعية / طريقة تعاملها مع ألاخرين.**

***بالنسبة للاناث: نتائجها الدراسية المتفوقة/ مهاراتها الرياضية/ مشاركتها الدائمة بالانشطة الاجتماعية / الجاذبية/ الثياب**

1) **وما الذي يجعل شباب الثانوية اكثر شعبية عن غيرهم من الزملاء؟**

***بالنسبة للاناث: ممارسته الرياضة/ تفوقه الدراسي/ اجتماعياته/ سماته الجسدية/ مدى تطوعه بانشطة انسانية**

***بالنسبة للشباب: المشاركات الرياضية/ حدة الذكاء والنجاح/ مهارات التواصل/ علاقاته الاجتماعية/ السيارة ..**

III. المصفوفة السوسيومترية: تعتبر المصفوفة من افضل الطرق المستعملة في التحليل السوسيومتري لانها تحتوي على الكثير من المدلولات المهمة للباحث السلوكي، والمصفوفة عبارة عن مجموعة مربعات تدرج فيها اختيارات اعضاء الجماعة وفق مدخلين: افقي وعامودي.. ولبناء المصفوفة ومعرفة الاختيارات يدون كل فرد على ورقة (او يعلن ذلك علنا بعدما يرسم الجدول على اللوح) اختياراته من افراد جماعته وبعد ذلك تفرع الاختيارات المحصلة على الجدول، ثم بعد نقل الاجوبة يتم احصاء عدد الاختيارات التي نالها كل فرد على النحو التالي، اذا افترضنا ان عدد المجموعة ثمانية افراد وطلبنا من فرد ان يسمي ثلاثة افضل اشخاص لديه فأن المجموع الكلي للاختيارات يتوزع على الشكل التالي:

	ريما	اسعد	خالد	نبيل	ستيفاني	رولا	نادر	وفاء	المجموع
ريما		1	1		1	1			4
اسعد	1		1	1		1		1	5
خالد		1			1	1		1	4
نبيل	1						1		2
ستيفاني			1	1			1		3
رولا		1			1		1		3
نادر	1							1	2
وفاء				1					1
المجموع	3	3	3	3	3	3	3	3	24

يلاحظ هنا أن عدد الاختيارات هو ثلاث، وانطلاقا من عدد المرات التي يسجلها احدهم يتبين مدى تفضيله من الاخر، حيث نال اسعد مثلا اعلى نسبة (5) في سجلت وفاء ادناها (1). مما يعني ذلك ان اسعد هو الاكثر شعبية يليه ريما وخالد بينما نبيل ونادر ووفاء هم الاقل شعبية في المجموعة. (*ملاحظة: **يفضل بعض الباحثين اعتماد الورقة المرمزة بحيث يوزع اوراقا على المجموعة بعدما يرمزها بأحرف ابجدية وعلى صاحب كل ورقة ان يدون من يشاء من زملائه وذلك ضمانا لحرية التعبير ومنعا من الاحراج**)..واذا كانت الجماعة مؤلفة من 6 افراد فأن يفضل ان يختار كل شخص فراد واحدا، واذا كانت 6 و20 فالاختيار المناسب هو ثلاث، وبين 20 و40 فالاختيار المطلوب هو 4، اما ما بين 40 و100 فالاختيارات الانسب هي ان يختار كل فرد 5 منهم .

في مختلف هذه الاختبارات هناك اسئلة تتضمنها التقنية قد يكون لها طابع ايجابي

(القبول) وقد يكون لها طابع سلبي (النبذ) ولكنها في النهاية تسمح لنا الى حد ما ان نتعرف على الافراد الذين استحوذوا على اعلى تسجيل (المقبولين) والذين قل اختيارهم (المعزولين) وبين الذين لم يتم اختيارهم ابدا (المرفوضين)، ومن الضروري عدم استبعاد اسئلة ونتائج النبذ لانها تقدم معلومات نفسية واجتماعية قيمة على الصعيدين الفردي والجماعي، اذ يمكن من خلالها تحديد مواقع التوتر ومدى تماسك الجماعة، تحديد وتقويم مظاهر النبذ في المجموعة بين من ومن؟ وفي معرفة المسافات الاجتماعية والنفسية بين الاعضاء واوجه التبادل السلبي والمؤشرات العامة للعزلة. وهكذا تظهر الاجوبة تصورا للعلاقات القائمة بناء على المكانة الواقعية وليس بناء على التصور العاطفي وحسب، مثلا قد يعتقد احدهم نفسه محبوبا ومميزا عند رفاقه ثم يتبين له انه عادي او حتى غير مهم بالنسبة لهم، في حين يجد من يعتقد نفسه منبوذا ان له مكانة محببة ومميزة عند كثيرين .. ذلك لان معظم الافراد يكونون صورة عاطفية خاطئة عن انفسهم بالنسبة للاخرين وان تصورهم عن مكانتهم العاطفية هو في غير محله في اغلب الاحيان ولهذا تأخذ الاستمارة السوسيومترية طابعا نفس – اجتماعيا قيما بأعتبار انها تركز ليس فقط على تصور الافراد لمكانتهم العاطفية في الجماعة وانما على حقيقة امرهم واقعيا.

4. مجالات القياس الاجتماعي وأهميتّه:

يمكن للقياس الاجتماعي ان يستعمل في مختلف انواع الجماعات وان يطال مختلف انشطتها، ومن الشائع استعمال الموسيومتري لتصنيف الافراد والمجموعات وتوزيع العمال في المصانع وكذلك في الصفوف الدراسية والعصب التربوية وروضات الاطفال وفي مخيمات الشبيبة ونوادي المراهقين وفي الجيش والادارات العسكرية وذلك لتوزيع وحدات الخدمة

العسكرية وفي دراسة اللجان الشعبية والطوائف الدينية والاقليات العرقية ومن المجالات التي اجريت في دراسات سوسيومترية:

- دراسة لمورينو في معهد هودسن للجانحات وفي توزيع الاطفال في المدارس الداخلية لمعرفة التجاذب بين الجنسين ولتحديد نسبة المبادرة التي يقوم بها كل جنس تجاه الجنس الاخر، فوجد مثلا ان التجاذب يكون عاليا بين عمر اربع سنوات وسبع سنوات في الروضات والصفوف الابتدائية الاولى ثم يهبط تدريجيا بعد الصف الخامس. حيث يبدأ الذكور بأختيار اصدقائهم من نفس الجنس .
- قدم لوميس دراسات قيمة عن الجماعات الريفية كما تناول الجماعات الاسبانية – الامريكية وردود فعل الاقليات فوجد ان الافراد يميلون الى القيام بأختيارات من ضمن الاقلية التي ينتمون اليها وينبذون الافراد من خارجها.
- وبهذا الاطار بينت دراسات سميث حول التعصب في الثانويات الامريكية ضد اليهود والزنوج، حين طلب من الطلاب في احدى الثانويات ان يختار كل منهم أفضل خمسة اصدقاء لديه في الصف، فتبين ان الطلاب قد مالوا الى اختيار اصدقائهم من نفس عرقهم ودينهم
- وفي دراسة اجراها روكيش تبين لها أن الاختلاف في المعتقد هو اقوى من الاختلاف العرقي بعدما قام بدراسة على مجموعتين واحدة من الزنوج واخرى من البيض وتم وضع هاتين المجموعتين في نقاش حاد حول موضوع معين، فتداخل افراد المجموعتين بين مؤيد ومعارض لوجهات نظر منطقية بناء على المناقشة، ليستنتج الباحث بأنه احيانا كثيرة يتم الاختيار على اساس تقارب المعتقدات وليس على الاعراق.

يقوم القياس السيومتري على الملاحظة وجمع المعلومات وهو يستعمل

خصوصا لدراسة الاختيار والقبول والسيطرة والتأثير والتفاعل والاتصال والصداقة ومراكز النفوذ ومواقع النبذ والتنافر في الوضعيات وتجعل المرء واعيا لاختياراته ليعرف من يفضل ومع من يرغب ان يكون، من هنا تبدو فائدته، اذ هو يقدم للباحثين الكثير من المعطيات أبرزها:

1. يكشف عن مدى تآلف الأعضاء أو مدى تنابذهم وتنافرهم ، فأذا كثرت العلاقات المتنابذة نحو القائد أو فيما بين الاعضاء وسيطر الحسد والتنافر وطغت العصب والتكتلات الصغيرة المغلقة داخل جماعة معينة فهذا دليل على عدم تماسك الجماعة وعلى سيطرة الفتنة والمطامع الشخصية على المصلحة العامة.
2. يسمح السوسيومتري بالتعرف على مراكز التأثير والنفوذ والجاذبية في جماعات العمل أي يبين لنا الشخصيات البارزة والتي تسمى بالنجوم، وهم أفراد يحظون بشعبية ويمكن ان توكل اليهم مهمات قيادية.
3. يتيح للتربوي فرصة تكوين جماعات مدرسية وفق اسس علمية قائمة على اختيارات شخصية وليست على اسس اعتباطية او الزامية ، لهذا فأن عدم مراعاة الانسجام والتآلف بين التلامذة والطلاب من شأنه ان ينعكس سلبا على الفعالية والانتاج وعلى الردود الدراسي. كما تتجلّى أهمية السوسيومتري في المدارس كمنطلق لمعرفة الاسباب التي جعلت من طالب ما موضع إزدراء ونبذ من رفاقه ويساعد الى جانب ذلك على تحديد قادة الانشطة المدرسية.
4. يقدم نتائج مهمة على صعيد علم النفس العسكري، فمن المعروف أن فعالية التنظيم العسكري مرهونة بأختيار القائد المناسب الكفيل بـالتأثير على معنويات الجنود وعلى تماسكهم، فوجود قائد محبوب ومهاب في آن واحد تحترم سلطته وتطاع اوامره ليس بالامر السهل خصوصا في

اوضاع عسكرية متردية. من هنا يقدم السوسيومتري اهمية في كيفية اختيار القادة المحبوبين.

اذن يتولى القياس الاجتماعي من حيث فائدته واهميته اكتشاف المسافات السوسيومترية بين الاعضاء ودراسة البنى الاجتماعية عن طريق تحديد انماط التعاطف والاقبال والاعراض ومعرفة مواقع التكتلات والتصدعات في الجماعة وهذا يعني ان هدف السوسيومتري ليس عرض لائحة موضوعية بالعلاقات الموجودة في الجماعة وانما تحليلها واستغلالها لاشباع الحاجات ولتحسين بنية العصب وتوطيد العلاقات الودية بين افرادها وتعزيز التجربة الانسانية والاجتماعية.

5. **الانا والاخر الطائفي في لبنان (دراسة في القياس الاجتماعي) (4)**

*‏**الفرضية** : اذا ما اردنا ان نصف العلاقات القائمة بين الجماعات التي يتكون منها المجتمع اللبناني فإننا نصنفها من حيث درجة انصهارها بحسب مجموعة من السياقات الاجتماعية وهي : «**النزاع، التعايش والانصهار**»، ويمكن اعتبار لبنان مؤلفا من عدة جماعات طائفية تشدد على هوياتها الخاصة على حساب الهوية اللبنانية وتتمتع فيه بعض الجماعات بأمتيازات سياسية واقتصادية واجتماعية دون الجماعات الاخرى، او على حسابها، وقد انبثق عن هذا الحال تمسك الجماعات المختلفة بهوياتها الخاصة بدل ان تتحرر منها، وبسبب هذا الواقع نفترض المجتمع اللبناني بأنه مجتمعاً يتراوح بين التعايش والنزاع. بين التجنبّ والتقبلّ.

*‏**الإشكالية**: ازاء هذه الافتراضات أين الجماعات اللبنانية على كافة تلاوينها الطائفية اليوم **هل هي على شئ من التجانس ام على شئ من المراوحة بين التعايش والنزاع؟ هل عوامل التنافرهي السائدة ام عوامل الانسجام ؟ اين**

مكامن الالتقاء واين مواطن النفور، متى يقترب فعلّياً اللبناني من ألاخر الذي يختلف عنه دينا ومتى يبتعد؟ للاجابة على هذه التساؤلات كان لابد من مقاربتها واقعيا وفق تقنيات استطلاع وبحث، فوجدنا انسبها «سلم المسافة الاجتماعية» لبوجاردس (BOGARDUS) الذي وضعه لقياس المواقف (بأعتبار ان الموقف يختلف عن الرأي لانه يعكس مستوى اعمق للشخصية ويمثل حضورا ذهنيا افعل في غالب الاحيان) في هذا القياس تطرح الاسئلة بشكل يتناسب وحياة الاشخاص المستجوبين، عندما نضعهم امام جملة خيارات وعليهم تحديد موقع يناسبهم على سلم مُعّد سابقا. ويرى بعض الباحثين في دراسات علم النفس الاجتماعي أهمية هذه التقنية في قياس المواقف المتعّصبة والوطنية و لقياس المسافات القائمة بين الافراد او الجماعات، بحيث يُظهر الخيار المشار اليه على السلم **موقف الفرد الفعلي** تجاه شخص آخر يختلف عنه بالعقيدة او اللون او العرق او البلد. وقد افترض بوجاردس في ذلك سبعة استجابات متدّرجة على مقياس من سبع أختيارات تمثل العبارة الاولى (الزواج) أقصى درجات التقارب الاجتماعي والعبارة السابعة (الاستبعاد) تمثل اقصى درجات التباعد الاجتماعي وبينها خيارات تؤشر لمواقف ممكنة مثل الصداقة/ الزمالة/ المصلحة/ المواطنة.

*‏**المقاربة الميدأنية** :تمت المقاربة كأختبار ميداني لمقرر دينامية الجماعة وللتدرب على تقنية القياس الاجتماعي(2002)، بحيث أستطلعت مجموعة من طالبات قسم الاشراف- الصحي الاجتماعي (الجامعة اللبنانية) رأي أبناء الطوائف اللبنانية المختلفة، وقد أختيرت محافظة البقاع كواحدة من المناطق اللبنانية الغنية في التنوع الطائفي/ المذهبي (موارنة/ سنة/ دروز/ شيعة/ ارثودكس / كاثوليك) وضمن كل مذهب اسُتجوبت فئات مختلفة عمرا وجنسا وتخصصا وعلما ومهنةً ومنطقة (البقاع الغربي / راشيا/ الهرمل/ بعلبك/ زحلة/ البقاع الاوسط) وكان

على المستجوبين ان يحددوا خياراً واحداً على المقياس الاجتماعي المقدم عبر سؤال رئيسي يشتمل على قائمة محددة تدرّجت خياراتها على سبعة مواقف، يمثل الرقم (1) اكثرها " قربا" من الآخر والرقم (7) اكثرها" بعداً" وفق التالي:

اولاً : حدد موقفك اتجاه الآخر الطائفي بخيار واحد فقط من الخيارات المدرجة:

1) اقبل الزواج منه.

2) اقبل صداقته.

3) اقبله جاراً لي.

4) اقبل ان اتشارك واياه زمالة أو العمل.

5) اقبل ان اتعاون واياه.

6) اقبله واحداً من المواطنين في محيطي.

7) اقبل استبعاده من المحيط/ الوسط الذي اعيش فيه .

***في معطيات الاستطلاع :** أظهر الواقع الميداني اختلافاً في الاختيارات تمثلت اكثرها ايجابية مع مواقف المرونة الاجتماعية واقلها سلبية في مواقف التصلب الاجتماعي، فالمرونة (التقارب او التماثل) بدت واضحة في اكثر من مكان بمؤشرات عديدة مع عبارات : الزواج، الصداقة الحميمة، الزمالة القوية في العمل، الصحبة في الجامعة، الخ...) اما درجات التصلب الاجتماعي فقدت بدت الاخرى في مواضع : التجنب والابتعاد لعدم الانسجام، رفض وجوده في المحيط المجاور، عدم التعاون...) كما هو مبين في الجدول التالي :

المعطى / الخيار	مقياس العلاقة عند المسلم	مقياس العلاقة عند المسيحي
1) الزواج	28 %	8 %
2) الصداقة	48 %	42 %
3) الجيرة	2 %	4 %
4) الزمالة	16 %	32 %
5) المصلحة	2 %	4 %
6) المواطنة	4 %	10 %
7) الاستبعاد	صفر %	صفر%

وفي قـراءة أوليـة لنتائـج هـذه المعطيـات يتبـين أن الذيـن اختـاروا مـن **1** الى **3** (ونسـبتهم 78 % عنـد المسـلمين 54 % عنـد المسـيحيين) يرجـع الى مـا يتمتعـون بـه مـن عوامـل مثـل: القـدرة عـلى الاندمـاج، التفهـم، تقديـر مشـاعر وافـكار الآخريـن، التي تعتبر بدورهـا من الـشروط اللازمة لاقامة علاقـة اجتماعيـة ناجحـة تتسـم بالمـودة والتدعيـم المتبـادل نتيجـة الادراك الصحيح لرغبـات الآخر مـن خـلال مجـالات لآحظهـا فريق العمل تتجـلى في مواقف ابرزهـا: معدل مرتفـع للاتصال اليومي بـين الآنـا والاخـر، الحفـاظ عـلى مسـافة مناسـبة من الاحـترام لابقـاء العلاقـات في مسـارها الودود، الرغبـة في معرفـة كل منهـما عـن الاخـر معلومـات تتعلـق به (كرقـم تلفونـه/ عنوانه/ يـوم ميلاده/ افـراد عائلتـه/ عاداتـه تقاليـده/ مناسـباته) او معرفـة هواياتـه وتفضيلاتـه وخصالـه الخاصـة (الاشياء التي تسعده او تضايقه كي تكون محطة تقرّب) هذه المجالات/ الدلالات من شأنها ان تحدد مهارات اجتماعية متنوعة: كالمشاركة (SOCIAL PARTICIPATION)، التعاون (COOPERATION) المسـاندة (VALIDATION)، واظهـار الاهتـمام والسـؤال عنـه متـى افتقـده. امـا عـن الذيـن

اختاروا من **4** الى **6** ونسبتهم 22 % عند المسلمين و 46% عند المسيحيين) فيمكن تبرير اختيارات هذه الفئة انطلاقاً من مسألة «التماثل» عملاً بمبدأ: المثيل يجذب المثيل، حيث من المستجوبين من يفضّل أصدقائه/ علاقاته من جماعته القريبة (المثيلة) فكراً ومعتقداً ومنطقةً، ويحدد تواصله مع الآخرين بناءً على الرموز الطقسية الخاصة بكليهما عبر اكثر من اشارة يعمد اليها بعضهم فيما لو دخل وسطا متنوعا من الناس كيف يحاول ان يبين هويته الطائفية، وفق ما تفسره « نظرية العلاقات الاساسية بين الاشخاص» (شويتز/1955) التي تقول بأن الناس يتجهون بأنفسهم نحو الآخرين من خلال دوافع تعتبر بمثابة المحددات الاساسية للسلوك بينهم، ويمكن تحديد هذه الدوافع في ثلاث مفاهيم هي:

1. **الاحتواء** (الحاجة للارتباط بألاخر والتواجد معه، وتتضح هذه الحاجة غالبا عند قيام الشخص بأهتمامات محببة للآخر كي يجذب أنتباه ويستحوذ تقديره، (لهذا نلاحظ ان كل من اراد اقامة علاقة مع آخر مختلف كيف يكون ودودا/ منفتحا/ لطيفا/ صديقا، يحترم ما لديه كي يحوز مكانة اكبر في جمهوره.)
2. **التوجيه،** اي عندما تكون لدى طرف رغبة في توجيه الاخر وضبطه وفق ما يريد، تكون لدى الطرف الاخر رغبة في توجيه وضبط من يقابلهم ايضا، والشخص الذي تكون لدية حاجة عالية للتواصل مع الاخر عليه ان يكون منضبطا في تصرفاته / كلامه/ كي لا يُواجه بالاعتراض والرفض.
3. **التعاطف**، ويقصد به مشاعر الحب والكراهية، مدى الانسجام والتجاذب عوامل التقرب والنفور، اذ على ضوئها يمكن التنبؤ بوتيرة العلاقات القائمة بين الاقرناء والافرقاء، على اختلاف سماتهم فالشخص الذي تكون لديه حاجة قوية من العاطفة مع الاخر يصادقه، ويحاول ان يقيم معه روابط انفعالية قويه، اما من تكون لديه حاجة منخفضة فأنه يتجنب أقامة علاقة قوية.

يتبين هنا وجهة التفاعل القائمة بين الطائفتين، حيث التباين الاثني – وان بدا متماثلا في نسب بعض الخيارات- بين الجماعتين، فكل جماعة تضفي على هذا التباين أهمية قصوى وترتب عليه مواقف وانماط من المعتقدات والسلوك المتبادل عبر ما يسمى بالتشريط الحضاري (culture conditioning) اي الضغوط النفسية والاجتماعية والثقافية الممارسة على افراد الجماعة الاثنية، كما في **مسألتي الزواج والاستبعاد** (طرفي المقياس)، فالزواج هو مفضلا اكثر داخل الجماعة الاثنية المصغرة (المذهب) او ضمن الطائفة الواحدة.. واذا ساور الفرد فكرة التزواج من خارجها فأن علامات التعجب تأخذ بالظهور عبر الاستهجان والاستغراب وصولا الى العزل من الجماعة الاصل. اما الاستبعاد فمرده الى شيوع مواقف « التحّيز» التي تتمثل في منظومة من الأحكام المسبقة تقوم على النظر بأزدراء الى ثقافة او قيم تتبناها شرائح اخرى . وعليه يبدو أن هناك ثلاث أتجاهات ومواقف قدمتها نتائج الاستطلاع هي:

- ارتفاع مؤشر الصداقة ومبرر هذه الزيادة في نسبته يمكن أرجاعه الى أعتبار هذا الموقف اخف الخيارات جدلا مما لو اختار المرء مؤشرات اخرى لهذا كان يلجأ اكثر المستجوبين اليه بأعتباره اكثر اعفاءً للحرج، بل ان بعضهم اعتبر انه من خلال الصداقة يمكن ان ينتقل المرء أما الى الزواج (بحيث تتطور العلاقة بعد التواصل الحميمي) او يمكن ان تستدعي تقربا في السكن وجيرة..لذا لتكن هي البداية!
- ثبات النسب في مؤشري الزمالة والمصلحة عند شريحة معينة من الناس التي تعتبر أن ما يربطها بالاخر هو زمالتهم اما في دراسة او عمل او نشاط تجاري او خدماتي. لا اكثر ولا اقل. اي هناك نوعاً من **القبول الظاهري** الذي يبدو في المجاملات وحكم المصلحة.

اذا كانت العلاقات الاجتماعية الموزونة تقوم على تماثل الاتجاهات بصفة خاصة وتحمل دلالات بالغة الاهمية تمس توافق الفرد واستقرار الجماعة لما تتسم به من تجانس في الاهتمامات والتفضيلات والقيم والظروف الاجتماعية فأن هذه الدراسة قدمت دلالة اجتماعية على استقرار العلاقات بين الأنا والآخر على مستوى الصداقة لدى غالبية المستجوبين، الا ان ذلك لا يمنعنا من التغاضي عن الاستنتاج بأنه في مكان ما يلاحظ درجات تصلب مختلفة كانت تتجلى اما بشكل سلبي واضح عبر صور : التصادم، السباب، الاحتقار، الاستهزاء، اللااعتبار(كأشد درجات التصلب) واما بشكل غير ودي عبر: الابتعاد، التجنب، عدم التعامل (كأخف درجات التصلب) وكأن هناك صورتين تتمثل:

* **أولهما** في «**SOCIAL MOBILITY**» **اي** برغبة الالتقاء والارتقاء على نوازع العنف والشر وقد عبر عنها المستجوبون في اكثر مجال بقولهم ووصفهم للاخر الطائفي: بأنه انسان مثلي مثله/ نحن ابناء بلد واحد/ احترمه واحبه كاخ لي / كلنا مثل بعض/ لايوجد هناك آخر – برأي احدى المستجوبات - لاننا بالنهاية نحن ننتمي لوطن واحد ولا تفرقة بيننا/ هناك تشابه في كثير من الامور

* و**ثانيهما في** «**SOCIAL RIGIDITY**» اي برغبة البعد والتجنب وتحاشى التواصل مع ابناء المذاهب الاخرى بل ذهب بعضهم ابعد من ذلك عندما شطح في توصيف من يختلف عنه مذهبا ودينا بأنه : لئيم/ متعصب/ ارهابي..، ....

مما يؤكد لنا كيف ان اللبناني ينمو ضمن نماذج اجتماعية تتسم بوجهين متكاملين: توّجه نحو الانسجام مع المقاييس السائدة بحكم التطور والانفتاح والحداثة، وتوجه آخر نحو التمايز بخاصية الاثنية (ethnic) تدمغه بطابعها الخاص فيحدد لنفسه معنى من خلالها قوامه مناخ نفسي وذهني وتراثي خاص. وهذا ما يعرف بالسمات الارثية (ascriptive traits) التي تنميها الجماعة الاثنية في افرادها مبكرا كجزء

من عمليات التنشئة وكضرورة للخفاظ على الكيان الجمعي ولتكريس مصالح ومزايا مكتسبة، كما ان الآخرين يفعلون بدورهم الشئ ذاته لنفس الاعتبارات لان وجود الاخر المختلف اهم عامل في تنمية وعي ادراكي للاثنية. وبذاك تنطوي العلاقة الاثنية صراحة او ضمنا على آليات نفسية واجتماعية وعلى ذهنية للاندماج والاستبعاد قوامها شروط يكون فيها المرء اما من جماعة " النحن" واما من جماعة "الُهم".

*هوامش الفصل الثالث:

*) الاستدماج (INTERNALIZATION) مصطلح سوسيولوجي يشير الى عملية تمثل الفرد للادوار الاجتماعية او مجموعة القواعد والمعايير وانماط السلوك التي يقوم اعضاء جماعة / فرد ما بأنجازها ، لهذا يعبر عن هذا المصطلح – الادوار المستدمجة بمفاهيم اخرى مثل: المجتمع في عقل الفرد، الثقافة، الشخصية الاجتماعية.

1. د.باسمة المنلا، قياس العلاقات الاجتماعية (السوسيومتري) وتطبيقاته في ميدان التربية وجماعات العمل، دار العلم للملايين، بيروت / لبنان
2. د.غسان يعقوب، وجوزف طبش ، سيكولوجيا الاتصال والعلاقات الانسانية، دار النهار للنشر، بيروت / لبنان، 1979
3. SCHAEFER, RICHARD: sociology, a brief introduction,7th ed, new York , Mcgraw - hill, 2008
4. الأنا والآخر الطائفي : أيّة علاقة (استطلاع للرأي، تنفيذ طالبات من قسم الاشراف صحي الاجتماعي اشراف د.مامون طربيه) ، كلية الصحة العامة، الجامعة اللبنانية (زحلة/ 2007) ، نشرته صحيفة النهار اللبنانية، بتاريخ: 14/4/2008

المحور الرابع

الفرد والسلوك التمثيلي (السيكودراما)

* في التعريف:

أُستخدم إصطلاح لعب الدور بطرق مختلفة، فعلم الإجتماع يشير إليه على أنّه تمثيل فرد ما لدوره العلني، في حين أن علماء النفس غالبا ما يستعملونه كشكل من أشكال العلاج النفسي حيث يقوم الفرد بتمثيل دور أجتماعي غير دوره المألوف (دور مفترض)، أما علم النفس الاجتماعي فقد أعتمد كلا التعريفين بأعتبارهما طريقة أختبارية تهدف الى تشخيص ومعالجة مشاكل الشخصية الاجتماعية سواء عبر ما يصطلح على تسميته **بالسيكودراما** (الدراما النفسية) حين يطلب من المريض النفسي أن يلعب أمام جمهور حالة او موقف مر به من قبل ولم يتمكن من أستيعابه وهي طريقة تساعد هذا المريض على تطويق مشكلته النفسية من خلال تجريب دور جديد لنفسه او بتقمص دور شخص آخرلم يألفه من قبل. او سواءً عبر **السوسيودراما** (الدراما الاجتماعية) وفيه يتم التركيز على مجموعة من الافراد تقوم بأداء دور درامي في جو من الحرية المطلقة. (وهناك فرق بين الاثنين في الاولى ينصب اهتمام المعالج على الفرد بينما في الثانية ينصب الاهتمام على مجموعة) وتوجد عدة طرق مختلفة من طرق لعب الادوار لدراسة السلوك بين الاشخاص في الجماعة هما:

1) **تصـور الـدور**: وتتطلـب وجهـة النظـر هـذه مـن المبحـوث ان يتصـور دور شـخص آخـر ويتنبـأ بسـلوكه..بعد ان يُـشرح لـه الموقـف بالتفصيـل لتكـون لديـه نفـس المعلومـات التـي لـدى الشـخص في الموقـف الحقيقـي ثـم يطلـب منـه التنبـؤ بسـلوك

هذا الشخص (المفترض) في الموقف عينه.

2) **تمثيل الدور**: ويستخدم لأغراض مختلفة تماما..اذ هنا غالبا ما يهتم الباحث في سلوك الافراد في استجابتهم لسلوك لآعب الدور ....

3) **الدراما**: والتي هي شكل فني يقوم على عنصر التمثيل الذي يستخدم الانسان فكرا واحساسا وصوتا وصمتا وحركة وسكونا كوسيط للتعبير عن حدث ذي دلالة في الزمن الحاضر(1) وقد تتنوع في إطارين: تراجيدي وكوميدي، في كليهما هناك حدث له بداية ونهاية وحبكة سردية تقوم على الصراع.

وفي الوقت الذي يعرّف ارسطو الدراما/ التراجيديا على انها: حدث له دلالة يقوم على المحاكاة، والمحاكاة هنا تعني اعادة بناء الواقع وليست تقليدا من اجل التقليد.. نجد الباحثة ادالين ستار تعرف في كتابها الدراما النفسية تقنية لعب الادوار على أنها «شكل من أشكال العلاج النفسي الذي يستخدم لمساعدة المريض على حل مشاكله، بمساعدة عدد من المعالجين المدربين بأشراف مدير، يعبر خلال ذلك المريض وبالطريقة التمثيلية عن الحالات التي تقلقه والعلاقات التي تزعجه، على أن يكون الاشخاص الذي هم على علاقة بمشاكل المريض موجودين بعض الاحيان.. وأن لم يكونوا موجودين يلعب دورهم بعض الأعضاء الآخرين في الجماعة».

يأخذ مفهوم الدور مكاناً هاماً في العلاج بالدراما والسيكودراما. وقد عرّف مورينو الدور بأنه الشكل الفعلي والملموس الذي تتخذه النفس، وبأنه الشكل الوظيفي الذي يتحكم في سلوك الفرد في لحظة معينة حين يتفاعل مع موقف معين يتضمن أشخاصا وموضوعات، وقد ميّز بين الأدوار **السيكوسوماتية**: وهي التي ترتبط بالأسلوب الذي يؤدي به الفرد على مستوى فيزيقي **والأدوار الإجتماعية**: وهي التي تصف الفرد في علاقاته الاجتماعية مع الآخرين.

والأدوار السيكودرامية برأي مورينو: هي التي توجد كصور خيالات داخلية

في علاقاتها بالآخرين، وهي التي تصيغ تفاعلاتنا الحقيقية أو تبعا لسياق أو لخصوصيات معينة، أو تبعا لبعض عادات الفرد. كما إن بعض الأدوار قد تميل إلى التطور على حساب أدوار أخرى أقل نموا: كما إن بعض الأدوار قد تصبح ثابتة، وقد تخوننا في بعض المواقف وفي مواقف أخرى قد تكون غير موظفة وتسبب المشاكل، كل هذا يمكن مصادفته خلال العلاج بالدراما أو السيكودراما، كما يمكن تشخيص العديد من الأدوار غير المألوفة خارج أو داخل الفراغ العلاجي، وتطور الدوار وتكرارها يكون أمام الفرد الحرية في الاختيار من بينها في كل لحظة، وهنا يأتي دور التلقائية في اختيار الدور، والتي تشكل مفتاحا أساسيا في العلاج بالسيكودراما. والتلقائية **Spontaneity** مشتقة من اللفظ اللاتيني **Sponte** وتعني الحرية التامة **Free Will** ولا يعني الفعل التلقائي الفعل خارج الضبط (التحكم) أو الذي يفتقر إلى الحدود المناسبة. إنها القوة التي تدفع الرد تجاه الاستجابة المناسبة لموقف قديم.

على ما تقدم نلاحظ أن مفهوم ودور الدراما تطور ليخرج عن نطاقه التاريخي المعروف في مجال المسرح قديما الى مجالات مختلفة حديثا ليس أقلها إستخدمه في العلاج النفسي والتربية والتعليم، فقد لاحظ علماء التربية والنفس مؤخراً أن الأطفال يؤدون وبشكل تلقائي عملاً دراميأً سموه اللعب التمثيلي، الأمر الذي دفعهم الى استخدام هذه الظاهرة الدرامية في تعليم الاطفال وتربيتهم.. وهو يعرف اليوم **بالدراما التعليمية** ، التي تستخدم وتعتمد موضوعا ومنهجا على نشاطات مختلفة محورها نشاط تمثيلي يقوم به الطفل ليتوحد من خلاله مع دور محدّد في موقف معين بالاعتماد على تجربة وقدرة الطفل الشخص من اجل هدف تعليمي مقرر (2) وقد توفر الدراما التعليمية للاطفال مجالات تعليم مختلفة وهي على سبيل التحديد أربعة:

1. استخدام الدراما كعملية ابداعية قائمة بذاتها (وفيها يتعلم استكشاف

اشكال التعبير واستخدام المهارات الانفعالية واللغوية)

2. استخدام الدراما للتعرف على مفاهيم معينة تتعلق بالمنهاج (تبسيط المعطيات النظرية في الدروس عبر عملية تمثيل)

3. استخدام الدراما بالمشاركة في العرض الدرامي (أي افساح المجال للتلامذة عرض مشاريع يقترحون ادائها في التمثيل لاهداف تتعلق بأختبار الذات/ تعزيز الثقة بالنفس / تنمية مهارات الاتصال/ تفاعل اجتماعي مع الاهل/ الادارة / المعلمين/ الاصدقاء..)

4. استخدام الدراما كجمهور مشاهد وذلك بالتفاعل مع العرض المسرحي.(وينمي هذا الاستخدام انماط انسانية مثل المقدرة على استيعاب دلالات وايحاءات العرض المسرحي/ تنمية الذوق الفني عند المشاركين/ ..)

يمكن فهم الاستخدامات الآنفة عبر نماذج تطبيقية في الدراما عبر الالعاب التالية مثلا:

1. لعبة الكشف عن الاعماق: وهدفها بناء الثقة بين افراد المجموعة عن طريق الكشف عن الذات والمشاركة مع الاخرين، بعد الجلوس بشكل دائري وتعطى فرصة لكل متحدث ان يتحدث عن نفسه لمدة لا تتجاوز 5 دقائق بحيث يكشف عما يريد ان يعرفه عنه الاخرون حينما يلقاهم لاول مرة ، وبعد ذلك يتاقش المشاركون في الانطباعت والانفعالات.
2. لعبة الخوف في قبعة : الهدف تعزيز القدرة على الاتصال، يجلس المشاركون في وضع دائري يكتب كل منهم على ورقة جملة تبدأ بالاتي انا اخاف من ....ويكملها دون توقيع اسمه. توضع جميع الاوراق في قبعة ليقوم كل واحد عشوائيا سحب ورقة والتعبير عن ما فيها، تمثيلا.. بعد يناقش الجميع بالانطباعات .

هذا الى جانب تمارين اخرى تتعلق بالمهارات الحركية منها :

- تمرين الايقاع والحركة، (يستخدم الجسد لتكوين اشكال معبرة، ويمكن للغاية الطلب من الجميع تمثيلها على اصوات موسيقى هادئة ابتكار حركات معينة ويمثلها ايمائيا)،
- تمرين القوة والارتكاز(بأشكال حركات التنقل من مشي وركض وقفز ودحرجة اما باشارات من المدرب على انغام موسيقية صاخبة تتبدل بعدما يتم الاتفاق مسبقا على طبيعة الحركة مع الايقاع)

1 ـ مبادئ السيكودراما:

كتب مورينو يقول «لأنّه يتعذر علينا الوصول الى العقل ومعرفة ما يرى الفرد ويلاحظ، فأن الدراما النفسية تسعى وبالتعاون مع المريض نحو تحويل العقل الى خارج المريض ووضعه في اطار مادي وتحوله الى عالم يمكن السيطرة عليه، وقد تمضي هذه الدراما الى النهاية في بناء عالم المريض وصولا الى أكثر مراحل الاحتمال، متجاوزةً بذلك الواقع الذي يعيش، كما تصر على أكتشاف كافة التفاصيل الدقيقة للجوانب الجسدية والاجتماعية والذهنية، حتى تجعل السلوك التام للفرد جديرا بالملاحظة وقابلا للقياس» هذا يعني- وبناء على ما تقدم به مورينو- تأتي السيكو دراما كقاعدة عملية في العلاج النفسي والتربوي. وفي أي نوع من أنواع العلاج هناك أمكانيات التحليل و دراسة الفرد الحسي والذهني والتأمل والتخطيط الدقيق، في أطار من العفوية والمشاركة الفاعلة ودعم الجماعة وحرية أكتشاف ودراسة الجوانب المختلفة لحالة من الحالات ولعل من أهم المبادئ التي تعتمدها السيكودراما هناك:

1. **الارتجال الدارمي** اوالتمثيلي لمواقف الحياة المضطربة، وهناك أجراء ذاع خلال السبعينّيات واطلق عليه اسم العلاج بالصرخة الاولية (primal scream therapy)، الذي يقوم على فكرة بسيطة مفادها ان الصراخ بأعلى صوت ممكن قد يسمح بشكل ما بتبديد " الاحباط"، وهذا ما أكدته دراسة بريطانية حديثة من أن الصراخ بشكل قوي يريح الإنسان نفسيا كما أنه يعالجه من حالة الإجهاد وأعتبرت الدراسة أن الصراخ العالي ماهو إلا طريقة لإخراج الضغط النفسي الذي يشعر به الإنسان كما أنه طريقة مفيدة لطرد الطاقة السلبية الناجمة عن الإجهاد، وقد نقلت صحيفة DAILY MAIL البريطانية عن عالمة النفس جودي

جيمس أن نوبات الصراخ يمكن أن تساعد في حالات الإجهاد على التخفيف من حدة الضغط النفسي ونصحت: كل من يشعر بإجهاد نتيجة الطقس البارد أو العودة إلى العمل بعد عطلة الأعياد أو بسبب المخاوف الأقتصادية أن يحاول الصراخ لفترة قصيرة أو يتوجه إلى مكان هادئ ويغمض عينيه ثم يأخذ نفساً عميقاً من أجل مساعدة نفسه على الهدوء. لهذا غنّ/ أمرح/ أصرخ/ ألعب/ أرقص.. فأنت حينما تفعل أختبارات المرح.. فأنك في واقع الامرلا تنّشط ذاتك أو تحرك الآخر نحو القيام بأعمال تالية وحسب..وأنما تكون قد أوجدت نوعاً من أراحة للذات وهذا هو المطلوب كي تبقى الأمور تحت السيطرة.

2. **التطهير**: خاصة عندما يتعلق الامر بصدمات تنتمي الى ماض مؤلم، وهذا المصطلح (CATHARSIS) مشتقة من كلمة أغريقية تعني التطّهر(التخلص) وهي كلمة تشير الى التحرر من التوتر وهو تحرر يفترض حدوثه نتيجة أطلاق العنان للانفعالات الحبيسة بداخل المرء. ويحدث هذا التطهير:

- أما بمشاركة المرء/ المريض ذاته للعب دور، حيث يرى علماء النفس أن أنفعالات مكبوتة كالخوف والتردد والقهر قد يتم التخلص منها من خلال المسار الخاص بالتعبير عنها،
- وأما بمواجهة الفرد ووعيه للحالة المأزمية التي يعيش عبر تبصيره لما به وهي أفضل طريقة للتعامل مع الانفعالات القوية، حيث يمكن عندها أن تساهم بشكل عقلاني وواقعي بالتصريف والحل
- وأما عبر ما يعرف بالتفريغ الانفعالي، حيث تعتقد مدارس علاجية في علم النفس بأن مشاهدة مظاهر العنف في الدراما (تلفزة/ مسرح / سينما..) تتيح للمشاهد أن يتخلص في خياله من رغبات كان من الجائز

ان يحققها لولا عملية التفريغ التي تحدث له عند مشاهدة هذه المناظر العنيفة .

وفي هذا الصدد يعمد بعض المعالجين في علم النفس الاجتماعي الى تطبيق نظرية ارسطو في التراجيديا عن التطهير/التنفيس/ الافراغ الانفعالي. التي تعلن « ان الانسان يشعر باللذة والسرورعند مشاهدة التراجيديا لانها تثير فيه احساسات الشفقة والخوف بالنسبة لبطل المأساة، وبذلك يتطهر المشاهد من هذه الاحساسات ويتخلص منها مع إحساسه بالراحة لان الكوارث التي ألّمت ببطل المسرحية لم تقع عليه هو».

كيف تقوم بعملية تفريغ انفعالي

- **اسمح للناس / المريض (الحالة) بأخراج مشاعره والتعبير عنها / اضغ لمشاعرهم المضطربة.**
- **اقبل تعليقاتهم بدون تقييم او اعتراض فوري منك (لا تقاطع ولا تصحح)**
- **اسأل ما يكفي من الاسئلة من اجل عملية التنفيس او استمرارها**
- **ابق منتبها / مستريحا/ وغير مواجه (اظهر قبولك للاخر رغم اختلافهم معك).**
- **ما ان يتم التنفيس كليا وضحّ جوهر المشكلة قبل ان تعود ثانية الى حلها**
- **اطرح اسئلة لتكشف الاشياء التي تزعج الشخص الاخر**
- **ثابر ولا تضغط خاصة عندما يحاول الاشخاص (الحالات) تفضيل الغموض والمراوغة.**
- **اظهر اهتماما حقيقيا يحل المشكلة / شاركهم مشاعرهم.**

3. **التماهي**:(IMITATION) اي الاندماج الوجداني (المشاركة) ويشير الى تلك الحالة التي يدمج فيها المرء نفسه بشخص سواه أو جماعة معينة، وهو بمثابة تقمص ينطوي على تلّبس المرء لحالة عقلية تخص سواه بحيث يصبح مشاركاً له في المشاعر والأحاسيس ذاتها وكأنه صار ذلك الشخص بالذات. ومسألة التماهي لا تحدث إلا إذا توفرت فيها شروط منها: أن يكون هناك توّحد كاف مع الشخصية (المسرحية مثلا) وبأن يدرك المتماهي ان هناك درجة عالية من الوعي بأن الموقف الذي يمثله الشخص المتماهى به حقيقي حتى تصبح الانفعالات المصاحبة للموقف أو الحدث كأنها انفعالاته ولم تحل.. وهنا فرصة لأن تعالج بالمشاركة.

عبر هذه المبادئ/ القواعد يحاول العاملون في مجال الاختبارات النفس- إجتماعية أستخدامها في أكثر من مجال خاصة لما يتعلق منها بالخبرات غير السارة في ماضي الإنسان، وكان فرويد أول من استعمل في هذا السياق عبارة « التعبير عن أحزان الماضي» حين كان يدفع المريض الى تكرار ماضي منسي لديه في وضع تمثيلي عن طريق الادراك الفعلي للتجارب الانفعالية المكبوتة بشكل صريح ومباشر للمحلل. كذلك قال بها مورينو: «التعبير بطريقة التمثيل عن كل ما يعتمل في ذات المريض. وواضح ان التعبير عن أحزان الماضي مهم جدا لانه يكشف عن تجارب ذاتية داخلية كان يمكن بدونه ان تبقى مستترة ويتعذر نقلها وتفسيرها..» معتبراً أن هناك نوعين من التعبير عن أحزان الماضي: التعبير اللامنطقي واللامحدود في الحياة وهو ما يؤذي المريض أو سواه بشكل دائم والتعبير العلاجي الذي يحدث عند العلاج. وهكذا أصبح التمثيل التعبيري جزءاً أساسياً من السيكو دراما لأن التجارب الإنفعالية يمكن التعبير عنها بالتمثيل بشكل أفضل من الكلمات.. والنشاط القائم على التعبير التمثيلي يلامس الى حد بعيد القيمة الانفعالية للغرض الذي يمثل التجربة الانفعالية وذلك أكثر مما تفعله الجمل المكتوبة.

1.1 - الدراما والسيكودراما كعلاج جماعي:

يعتبر البطل هو محور العلاج الجماعي داخل الجماعة في السيكودراما، وبمجرد أن يتم تحديد هذا الشخص الذي يعرف بـ Protagonist يقوم بتوزيع الأدوار الثانوية على المجموعة والذين تكون أدوارهم إلى حد كبير انعكاسا لعالم البطل الداخلي. أما في العلاج بالدراما، وان كان التركيز قد يكون على فرد واحد طول الفترة المخصصة للعلاج، لكن يفضل في أكثر الأحيان أن يوزع التركيز بحرية حول كل المجموعة. هذا الاختلاف يمكن فهمه بشكل أكثر وضوحا لو حاولنا أن نفهم أولا المقصود بمفهوم السياق الجمعي Matrix Group ويقصد به الحالة التي تكون عليها الجماعة. وهذا المفهوم الذي وضعه S. H. Faulks في سياق التحليل النفسي للجماعة قد ييسر توضيح الاختلاف. يقول Faulks "نعني بلفظة Matrix للسياق- الحالة" شبكة العلاقات النفسية والتي تشكل الخاصية العقلية المميزة للجماعة وليس بين أفرادها فقط ولكن تميز الأفراد. وكلما تطورت الحالة إلى شبكة من العلاقات الأكثر تداخلاً، تطور من جهة أخرى تحديد الأفراد لأنفسهم ودخولهم علاقات أكثر دينامية: في التحليل النفسي الجمعي تغرق الحالة النفسية داخل الجماعة من خلال المناقشات المتنوعة والحرة. ,أيا كان شكل التواصل داخل الجماعة، فإنه يشكل صدى ينعكس على كل أفراد الجماعة متضمنا قائدها The Group Conductor وتصبح الأفكار أكثر وضوحا وفعالية من خلال التواصل اللفظي (3).

يوجد هذا السياق أو الحالة حيث يوجد الاهتمام العام للجماعة في أية لحظة سواء أكانت جماعة تحليل نفسي أم جماعة العلاج بالدراما أو السيكودراما. فأفراد الجماعة ترتبط وتبدع سياقها من خلال تواجدها في لحظة آنية اعتمادا

على مفردات ومواقف من الظروف الماضية أو الأدوار العادية.

وفي سياق العلاج بالدراما يقترح المعالج هذه المواقف وترتيب الجماعة بها، ومن خلال ذلك تفجر الحالة بواسطة تفاعل كل الأفراد. أما في السيكودراما فيجب أن يُستثار اهتمام الجماعة عن طريق المواقف والموضوعات التي يختارها البطل أو الشخصية الرئيسية والتي تجذب إليها اهتمامات الجماعة ككل.

إن الاختلاف الرئيس في التقنيات بين العلاج بالدراما والسيكودراما ينبع من الحقيقة التاريخية أن السيكودراما صدرت عن رجل واحد هو مروينو Moreno مع بعض التطورات التي قامت بها زوجته Zerka Moreno لذلك فإن السيكودراما الكلاسيكية ما زالت مستمرة كما هي، وإن أقيمت مرجعا رئيسا لعديد من التنويعات مثل السيكودراما الاستراتيجية والسيكودراما التحليلية... إلخ.

أما العلاج بالدراما الما قبل فقد يعود إلى تنويعات الاستخدام والتوظيف لكثير من التقاليد الدرامية والمسرحية مثل الطقوس ورواية القصة وكذلك اللعب الدرامي وأعمال عدة من تدريبات الممثل تبعاً لنظرة المدارس والمناهج المتبعة، الأمر الذي يكسب العلاج بالدراما تنوّعا وثراء في التطبيق ومن ثم في تحقيق أهدافه، بمعنى أنه وأن كانت السيكودراما محدودة في تقنياتها فالعلاج بالدراما أرحب وأكثر في وسائله.

وللأهمية الكبيرة من الضروري أن نأخذها مأخذ الجد لعلاج المشاكل النفسية التي يعاني منها الكثير من التلاميذ والطلاب، وخاصة في هذه المرحلة المعقدة والشائكة التي نعيشها. وهنا تتحمل وزارة التربية مسؤولية كبيرة إزاء هذا الواقع، فما عليها إلا أن تأخذ هذا الموضوع بنظر الاعتبار وذلك باهتمامها بالانشطة المدرسية، والمسرح المدرسي خاصة وان نحث الكثير من مديرات

ومدراء المدارس، على التوجه إلى مثل هذه الأنشطة التي هي رديف وجزء لا يتجزأ من العملية التربوية.

2. أحكام السيكودراما:

المسرح هو ساحة أجتماعية، انه ذلك الشعور بأننا جزء من مناسبة أجتماعية ما/ واقعة ما تحدث الان أمامنا، ويمكن فهم العديد من الظواهر التي تحدث على المسرح من خلال المصطلحات التي أستخدمها علماء النفس الاجتماعي لوصف النشاطات والاحداث الجماعية بشكل عام ومن هذه المصطلحات : الُكتّاب/ المؤدون/ الجمهور..حيث يبدو المسار الاساسي للتأثير الاجتماعي وفق هذه الثلاثية، لكن في التمثيل العلاجي النفسي أضيف عنصر رابع فأصبح هناك: الموضوع ومجاله (النص والمكان) المعالج (المدير) الانا المساعدة (الحالة المريضة / او الوهمية المفترضة) وجماعة المشاهدين (الجمهور) **فما هي أهمية وجود هذ العناصر في السيكودراما؟**

1) لا بد من تأمين بعض **<u>النصوص الثقافية العلاجية</u>** المختصرة في أماكن خاصة او طبيعية وذلك ليكون بالامكان تزويد المرضى (أفرادا / جماعات) بفرص جديدة لاستعادة القوة النفسية والتماسك الحضاري والاجتماعي، والمهم في الموضوع / القضية أن تكون أما على شكل مشكلة خاصة او مشكلة مشتركة بين أعضاء جماعة وفي كلتا الحالتين من المهم ان يكون الموضوع مشكلة تعرّف عليها المشتركون عن كثب وخبروها وعايشوها بعد ذلك يصبح بالإمكان تمثيل هذا التجربة بشكل عفوي وان يتحرك المشاركون بشكل شعوري او لآشعوري حتى تحقيق الذات فعبر المجهود المبذول في الوصول الى الشفاء من ألم نفسي..اما فيما يتعلق بوضع المسرح فالدراما النفسية لا تحتاج الى وضع مسرحي بحت، بل يمكن اعتبار أي مكان مسرحاً، قد يكون

غرفة الطعام / او صالة السهر/ او جناح ترفيهي وقد نُحوّل قاعة ذات مساحة مقبولة الى مستويات ثلاث لنجعلها تناسب اماكن مفترضة في النص.

2) **المعالج / المدير/ المخرج..** الذي تنحصر مسؤوليته في ضبط الامور وفق سياق عملي جيد، لكن من المشاكل البارزة التي تواجهه هو تلك الممانعة التي تصدر عن البطل (المريض) حين يُظهر عدم أستعداد او رغبة في المشاركة. هنا يضطر المدير اللجوء الى أستخدام عدد من الاساليب منها «المساعد» الذي يقف وراء البطل ويتحدث بصوت عال الى المشاهدين مباشرة وليس الى أي من الموجدين معه على المسرح وذلك بهدف أعطائهم معلومات حول حبكة التمثيلية وخفاياها.

3) **الانا المساعدة،** وهم الاشخاص الحقيقيين أو الوهميين الذي يحتاج اليهم البطل، حيث يمثلون الحالة المرضية. أو قد يساعدون البطل على تشخيص حالته وأحيائها عبر القدرة على العمل في جماعة اجتماعية مما قد يرفع مستوى الانتاجية لديه الى اعلى حد ممكن.

4) الجماعة المشاهدة، **أو المتفرجون** الذين يلعبون دورا بالغ الحيوية بأعتبارهم جزء من التنظيم الاجتماعي للقضية، أنهم يحضرون هنا ليشاركوا في أخراج التمثيلية العلاجية وليس للترفيه، ويبرز دور الجمهور ووجوده الهام من خلال التعاطف وعمليات التدعيم والتشجيع لهؤلاء المؤدين..عندما يعبر الجمهور مثلا عن تذوقه يكتسب المؤدي ثقة متزايدة فيحسن ادائه ويعبر بشكل افضل عن مكنوناته وهكذا تستمر الامور.. اذ مع التصفيق وإطلاق كلمات التشجيع يزداد الممثل استحساناً تجاه نفسه بأنه يؤدي دوراً ناحجاً. (4)

كثـيرا مـا أقـترح المحللـون النفسـيون الأداء بوصفـه نوعـاً مـن العـلاج الـذاتي ومفـاد ذلـك أن أداء أحـد الأدوار مـن الممكـن أن يفيـد في أعـادة التـوازن للمفهـوم أو التصـور

– المشوب بالتهديد- حول الذات. ومن الممكن ان يُستخدم لعب الدور في تدعيم او مساندة عاطفة اعتبار الذات. وفي هذا الصدد قارن هاموند وايدمان (1991) بين 51 ممثلا نشطا محترفا و58 ممثلا من الهواة، و52 من غير الممثلين، وبأستخدامه أختبار ايزنك للشخصية ومقياس روز نبرج لاعتبار الذات ومقياس مارلو – كروان للجاذبية الاجتماعية، ومقاييس اخرى بمدى الملائمة والقابلية الاجتماعية والخجل، ظهر له ان الممثلون اقل خجلا وأنما اكثر قلقا من الناحية الاجتماعية (ثمن النجاح/ الشهرة) مقارنة بمجموعة غير الممثلين، كما انهم – اي الممثلين ـ اكثر انبساطية الى حد ما واكثر وعيا بذواتهم على نحو شديد كما اظهروا حساسية اكبر للسلوك التعبيري الخاص بالاخرين اكثر مما اظهر ذلك غير الممثلين (وجاء الممثلون الهواة في منزلة بين المنزلتين/ اي ما بين الممثلين المحترفين وغير الممثلين)

هل انت ممثل؟

اختبر ذاتك موضوعيا بأن تجيب على الاسئلة العشر الواردة لتعرف نتيجتك ان كان بأمكانك ان تكون ممثل او لا؟

1. **أتجد صعوبة في حفظ النصوص المطلوبة منك؟**
2. **أتجد سرورا كبيرا في التنكر؟**
3. **أتقوم بحركات مرعبة او طريفة أمام المرآة؟**
4. **أيمكنك البكاء عندما لا تشعر برغبة به؟**
5. **هل ينفجر الآخرون ضحكا عندما تضحك؟**
6. **أتفضل – عموما – ان تمر دون أن يتّنبه أليك أحد ما ؟**
7. **تلاحظ ان رفاقك لا يصغون اليك عندما تروي لهم قصصا؟**
8. **هل تتلعثم عندما ينبغي لك أن تتحدث أمام جمهور ؟**
9. **هل أنت ذو أهواء ونزوات وتحاول ان تكون مختلفا ولو بشئ معين عن الآخرين؟**
10. **يستحسن ان يكون للمرء مهنة مأمونة بدلا من ان يكسب مالا وفيرا في مناسبات وبدون انتظام؟**

أحسب نقطة واحدة عن كل (نعم) اجبتها على الاسئلة التالية : ٢/ ٣/ ٤/ ٥/ ٩. ثم واحسب نقطة واحدة عن كل (لآ) اجبتها على اسئلة : ١/ ٦/ ٧/ ٨/ ١٠ :

- **اذا جمعت اكثر من ٧ نقاط انت تمتع بمؤهلات تجعلك ممثلا / نجما مسرحيا ولكن حذار من فخ الكبرياء**
- **اذا جمعت بين ٤-٧ انت في منتصف الطريق بين بأن تكون شخصا ذات حضورا ويمكن في يوم من الايام تصبح ممثلا**
- **اذا جمعت اقل من ٤ نقاط .. فمجموعك يؤهلك لان تكون متفرجا اكثر منه ممثلا ..وربما ذلك افضل لك.**

3. مجالات استخدام السيكو دراما:

هناك ضرب من القلق يسميه الباحثون «رهاب المسرح» وهو شعور محض يُسبّبه الاستباق، يظهر في حالة عصبية كالمشاعر التي تنتابنا عند مقابلة للالتحاق بوظيفة او تنظيم حفل او ألقاء محاضرة او أداء مهمة أمام حشد من الناس.. في مجمل هذه الحالات وعندما نشرع نحو أمر لا نرغبه نكون على موعد مع القلق، وكأن احدى قواعد الحياة تقول: بأنه لا يمكن للمرء أن يتقدم من دون أن ينتابه ذلك الشعور العصبي الغريب «الرهبة»، من هنا يأتي أجتياز التحديات المثيرة للقلق او رهبة المسرح وحمل النفس على أجتيازها عبر السيكودراما فأنت أن وضعت شخصا في تكرار أمام حالة مثيرة للقلق أدرك في النهاية أن ليس هناك ما يدعو للاضطراب او التوتر، يعني ذلك أن رهبة المسرح تختفي بوسيلة نافعة هي المواجهة.. بالتمهيد لها منذ الصغر او في ظروف لآحقة مع «لعب الادوار»، لهذا تبين للعاملين في مجال علم النفس الاجتماعي ان السيكودراما مفيدة في علاج الاطفال والمراهقين، كما انها مناسبة للمشاكل الاسرية، فهي – وكما اشار بلاتنر – أساليب نفسية تساعد على تطوير القدرات الانسانية والتربية في مجالات مثل: حل المشاكل الانفعالية، تعزيز الشعور بالذات عن طريق تنشيط المواهب الانسانية، تعزيز الادماج الجماعي، تنمية سرعة البديهة، التخلص من الخجل، التعبير عن الميول والقناعات الذاتية بطريقة غير مباشرة وغير واعية، التهيؤ لجميع المفآجات التي قد تحصل، وعي اهمية مشاركة الآخرين لنا في أوضاعنا الحميمة، تنفيس مبدئي (فشة خلق) يساعد كثيرا على التخفيف من العقد النفسية،

وفي هذا المجال بيّن المركز النفسي- التربوي لأكاديمية باريس أهمية تقنية لعب الادوار ومجال استخدامها، فهي تتشابه والتنفيس الاعلائي (لجهة اعادة التكيف) وأعادة التشريط (تغيير البيئة عبر مجموعة من الاستجابات) حيث يمكن لهذه

التقنية أن تقدم لشخص غير متكيف اجتماعيا فرصة من اجل أغناء أدواره الاجتماعية، ويشار الى هذه المقاربة الدراسية احيانا بأسم النموذج المسرحي بأعتبار ان الحياة أشبه بالتمثيلية المسرحية حيث الافراد حسّاسون لنظرة الآخرين تجاههم فيعمدون الى أستخدام عدة أشكال من «**ادارة الانطباعات**» ليدفعوا الآخرين الى الاستجابة والتجاوب مع ما يقومون به. (فعلى سبيل المثال عندما يشارك أحد الشباب في أجتماع يضم شخصيات مهمة فأنه يرتدي زياً رسميا وربما ربطة عنق، ويحرص على ان يكون سلوكه على مستوى من الانضباط والتهذيب واللياقة، بينما قد يرتدي ملابس الرياضة وغيرها وتتغير أنماط سلوكه عندما يكون برفقة اصدقائه او افراد عائلته وهو في الحالتين يقوم بأدارة الانطباعات من خلال من يحيطون به) على ذلك نلاحظ كيف ان كثير من الباحثين يستخدمون مصطلحات مستمدة من عالم المسرح في تحليلهم للتفاعل الاجتماعي. كما انهم - ولأعادة التوازن الاجتماعي- يستخدمون المسرح وتقنياته، فالاداء المسرحي يعود في أصوله الى الادوار الاجتماعية السائدة، والادوار تعني التوقعات التي يحددها المجتمع لما يلتزم به شخص ذو موقع ما في المجتمع، وعلى هذا الاساس يأتي المسرح في أهميته – كتقنية علاج- بأعادة تنشيط بأساليب محددة لسلسلة من الادوار في الحياة الاجتماعية، قد يستخدم لعب الادوار كذلك ك «تكنيك» لتعديل الاتجاهات النفسية او الاجتماعية كما حدث مع الباحث السيكولوجي ALAN ELMS عندما طلب من مجموعة مدخنين ان يدّعوا بأنهم لا يدخنون (يمثلون/ يلعبوا دور) ويحاولوا اقناع غيرهم من المدخنين بضرورة التوقف عن هذه الآفة، وكان عدد المشتركين في هذا البحث 80 مدخنا، وُزّعوا بطريقة عشوائية في مجموعتين واحدة منها مستمعة والاخرى تقوم بعملية النصح عن فوائد الاقلاع عن التدخين.. بعد اجراء التجربة تبين وجود تغير في سلوك كلا المجموعتين نحو التدخين (المستمعة والممثلة) الا ان التغير الملحوظ والفعلي كان عند مجموعة

التمثيل، اذ بعد ثلاثة اسابيع عادت المجموعة المستمعة الى التدخين كما كانت قبل اجراء التجربة بينما استمر حوالي نصف المجموعة الممثلة في اتجاهها برفض التدخين ونسبة لا بأس بها قللت من نسبة تدخينها بعد التجربة.

كما يمكن ان تستخدم السيكودراما كأحدى اساليب الارشاد الجماعي، وهو عبارة عن تصوير تمثيلي - مسرحي لمشكلات نفسية في شكل تعبير حر في موقف جماعي يتيح فرصة التنفيس التلقائي والاستبصار الذاتي، عبر ترك الممثلين يعبرون عما في داخلهم وصراعاتهم واحباطاتهم وفق ما يعرف بالتداعي الحر، بهدف تحقيق التوافق الاجتماعي السليم، بعدما يتولى المعالج مع المريض اعداد موضوع التمثيلية النفسية وغالبا ما تدورالقصة حول خبرات المريض الماضية وظروفه الراهنة وتطلعاته التي يخاف ان يواجهها في المستقبل، حيث من شأن هذه اللعبة المسرحية ان تقوم بالتنفيس الانفعالي وتهدف الى حل الصراع الداخلي والتشجيع على فهم الذات بشكل افضل من قبل هذا المريض عبر مواقف متخلية غير واقعية.

***لماذا المسرح بمعناه الشامل (وتاليا السيكودراما بمعناها العلاجي هنا) يقدم فوائد نبحث عنها كما هو الحال مثلا في التطهير الانفعالي والتربية والارتقاء بالمشاعر؟ هل المناسبة والملاءمة (لعبة التماهي) هي الاساس كي نستغرق في اهتمامنا وحبنا للتمثيل؟ ما هي ابرز ما يقدمه لنا المسرح كمجال من التعبير الانساني؟** هذه بعض الاسئلة التي ترد على ذهننا ليس كباحثين وانما كأناس عاديين يهمهم من وقت لاخر ان يرتادوا المسارح او يدخلوا لعبة التمثيل وذلك لاجل الوظائف/ الفوائد التالية:

a) الاثـارة (excitement) وهـي الوظيفـة الاكـثر وضوحـا في لعبـة المـسرح ، فهـو يقـدم لنـا التنبيـه في عـالم يكـون مهـددا بالملـل، وبمـا ان البـشر كائنـات محبـة

للاستطلاع وبما ان بعضهم يحرص على ان يبقى عقله في حالة معينة من النشاط والحيوية.. تأتي الدراما كخاصة مميزة لإحداث التغيير والاثارة والتنبيه الحسي سواء عبر المشاهد المثيرة عنفا ورعبا او تلك التي تتضمن مرحا وضحكا. الا ان اهم اشكال الاثارة والهروب من الرتابة التي يقدمها المسرح هو «تخييلاتنا السارة» فما يتم افتقاده عند مستوى حياتنا اليومية الرتيبة قد يتم توفيره على نحو مباشر من خلال تلك التخييلات التي تستثار بفعل الترفيه واللعبة الدرامية.. وبالنسبة للعديد من النساء –مثلا- قد تحدث هذه التخييلات من خلال رومانسية تُمثّل او بفعل الانجذاب نحو رجل مؤثر قام بأثارة الدافع لبدء علاقة طويلة الامد.

b) **الخبرة البديلة (vicarious experience)** ليست كل الاعمال الدرامية معنية بتقديم الامتاع او التحقيق الخيالي للرغبات، فهناك اعمال اخرى لها صفة عملية اكثر تهديفا، وتتضمن نوعا من الوظيفية التعليمية / التربوية، فنحن غالبا نفكر في الاشياء التي نخشاها ربما من اجل اعداد انفسنا على نحو افضل لمواجهة اي احداث طارئة .هذا هو التفسير الاكثر احتمالا فيما يتعلق بخوفنا المتكرر من حوادث الموت او الاعتداء. ولعل ملاحظة الاخرين في مواقف مماثلة او محبطة مثيرة لليأس ومشاهدة كيفية تغلبهم عليها وخروجهم منها يمنحنا فرصة لمراجعة استجاباتنا الانفعالية واستراتيجياتنا السلوكية الخاصة. بحيث نصبح اكثر كفاءة في مواجهة اي شئ مماثل قد يحدث لنا في المستقبل. واذا سلمنا بأن واحدا من اهم اهداف الدراما انما يتمثل في محاولتها ان تحدث تأثيرا انفعاليا قويا لدى المشاهدين نجد تمثيل الموت كموضوع مثير للاضطراب والقلق يقدم – مع تكراره- خبرة لا بد ان تواجهنا جميعا في وقت ما. ولكن الفرصة المتاحة لنا في الحياة كي نمارس استجاباتنا الانفعالية تجاه الموت فرصة محدودة لذا تأتي الدراما لتقدم لنا

خبرة من الدرجة الثانية (البديلة وليس الفعلية) متعلقة بمسألة الموت. وهي خبرة تساعدنا في استكشاف مشاعرنا واستجاباتنا سلفا في مواجهة هذه الحالة، انها نوع من الرحلة الخاطفة الآمنة التي نعد من خلالها انفسنا للنهاية المحتومة او المتوقعة.

c) **التعبير الايمائي (mimicry)** هناك غريزة في الاداء الانساني هي المحاكاة حيث تعتبر مشاهدة الاخرين وهم يتصرفون من المصادر الادراكية لحب الاستطلاع والتسلية لدينا. واحد اسباب ملاحظتنا للاخرين بهذا الولع هو ان نتمكن من استدماج بعض الجوانب المحددة من سلوكهم بأكتساب العديد من السلوكيات الثقافية كما في اللغة وقواعد السلوك المهذب واساليب الملاطفة والغزل . من هنا تلعب الدراما المشاهدة او الممثلة دورا على صعيد تمثلنا للانماط السلوكية الثقافية وتساهم بدرجة كبيرة في التخاطب مع الاعضاء الاخرين من النوع نفسه بشكل متوافق. وقد يأخذ التعبير والاستدماج بعدا آخرا عبر عملية سيكولوجية مهمة تسمى التوّحد، وهي القدرة الافراد التي تجعل الأفراد يسقطون انفسهم عقليا داخل الحالة الخاصة بشخصيات الدراما، ويعتبر الباحث السيكولوجي جين ويلسون (5): «ان التوحد هو أحد أنماط التخييل الانساني الشديد القوة ومن دونه ربما لم يكن ممكنا وجود الحياة الاجتماعية الخاصة بنا بالشكل الذي نعرفه» .

d) **استثارة الضحك**، (function of humour) لا تقدم الدراما تفريغا لحالات القهر المكبوت، ولا تتولى ايضا اثارتنا ازاء حالات العنف والموت، وانما تلعب دورا هاما على تنفيس التوتر من خلال "عدوى الضحك"، فقد بينت التجارب ان احتمال ضحكنا على بعض النكات تتزايد اذا كان الاخرون معنا في الموقف يضحكون ايضا، وهكذا ينّشط الضحك - سواء شاركنا به دراميا او شاهدنه عبر عمل درامي ضاحك- ميلنا الاجتماعي كونه يعتبر

اداة للتواصل والتخاطب. وهذا سر ان يتقاسم احدهم رواية نكتة مع آخرين محيطين به، او عندما يجمعهم كي يمثل لهم دورا طريفا عن احدهم.. حيث بعدها يشعر المشاركون في لعبة الضحك بأراحة نفسية من خلال ما يحققه من وظائف ابرزها :

- **التخفيف من وطأة المحرمات الاجتماعية**، حيث تقدم الفكاهة هنا صمام آمان للتعبير عن الأفكار المحرمة خاصة تلك المرتبطة بالجنس والسلطة والعدوان، عبر نكات أو سيناريوهات ساخرة قادرة ليس فقط على أحداث المتعة والسرور وإنما إزاحة بعض القمع والضغط غير المقبول اجتماعيا.
- **النقد الاجتماعي**، تبين ان الهجاء الساخر والتمثيل الكاريكاتوري يقلل من شأن الشخصيات السياسية والاجتماعية وكذلك المشاهير، لهذا يتم اعتماده غالباً كوسيلة مؤيدة إلى حدوث تغيير ما في نظام غير مقبول.
- **الدفاع ضد الخوف والقلق**، من خلال الفكاهة والضحك على الاشياء التي تخيفنا نخضع هذه الاشياء لسيطرتنا ونجعلها أقل تهديداً لنا، والشئ النموذجي هنا هو تقليد نماذج السلطة كالقضاة والشرطة وموظفو الحكومة والاباء والمعلمون وأي شخص آخر في السلطة، واطلاق نكات حول الكوارث والحوادث المزعجة يعتبر بمثابة ميكانيزم دفاعي للتخفيف من حدة الموقف المقلق عبر إثارة السرور الفكاهي.

ومع تأكيد باحثون فرنسيون أن دقيقة واحدة من الضحك تعادل 45 دقيقة استرخاء و7 ضحكات كل يوم تقضي علي الكوليسترول وتنشط الغدة الدرقية، بدأ علماء النفس في السنوات الأخيرة القيام بمحاولات عدة من أجل الفحص الخاص لقدرة الفكاهة على التخفيف من المتاعب والأزمات الانفعالية وقد أكدت دراسات عدة ان الفكاهة هي استراتيجية من استراتجيات

المواجهة الفعالة في التعامل مع المحن والكرب، كما ارتبط استخدامها بأنخفاض الشعور بالوحدة النفسية والاكتئاب وبوجود مستوى مرتفع من اعتبارات الذات واحترامها لما لها من قوة على خفض الالم وعلى المساعدة في مواجهة الضغوط النفسية ومقاومة بعض الامراض البدنية المترتبة من جراء هذه الضغوط، لاجل ذلك نشطت عيادات نفسية واجتماعية تستخدم الضحك كوسائل علاج عبر طرق شتى منها :

1) **العلاج بالدعابة:** العلاج بالدعابة هو الاعتماد على الدعابة فى علاج النفس، باستخدام وسائل من الكتب وبرامج الترفيه والأفلام والروايات التي تشجع على ضحك المريض. من الممكن أن يتم ذلك بشكل فردى أو فى شكل مجموعات علاجية.

2) **العلاج بالمهرج:** يتواجد "المهرج" ويكون جزءاً من العلاج، من تقديم العديد من المهام التي تساعد على العلاج وخاصة للأطفال من: السحر، اللعب والموسيقى والمرح أو بتقديم الحنان للطفل. ومن مزايا هذا العلاج أنه يقوى روح التعاون عند الأطفال، ويقلل القلق عند الطفل الذي يريد تواجد أبويه بصفة دائمة معه، كما يقلل الحاجة إلى استخدام المهدئات لدى البعض، يحد من الإحساس بالآلام ويحفز من كفاءة وظائف جهاز المناعة

3) **العلاج بالضحك:** وهنا يقوم الأخصائي بإعداد "ملف محفزات الضحك" لمريضه، وذلك بجمع المعلومات من الشخص الذي يريد هذا النوع من العلاج عن الأشياء التي تحفزه على الضحك منذ طفولته من مواقف ونكات يفضلها. ويقوم الأخصائي من خلال هذه المعلومات بتدريب الفرد على بعضاً من التمارين التي يمارسها لتحفزه على الضحك كما يذكره بأهمية العلاقات الاجتماعية كجزء من العلاج.

بعض الامثلة من سيناريوهات طريفة:

*كان هناك رجل يتباهى بسماعة الاذن الجديدة وبجودتها العالية وقدرتها على تحسين سمعه بشكل افضل، ويقول: هذه اغلى سماعة امتلكتها في حياتي" فسأله صديقه: ما نوعها ؟ فاجابه: الرابعة والنصف.......

* وقف احدهم في يوم حفل زفافه الخمسين وقال: لقد تزوجت منذ خمسين عاما وظللت في حالة حب مع المرأة نفسها، ولو اكتشفت زوجتي ذلك فستقتلني . وحين سئل عن سر استمرار زواجه المستقر هذا؟ قال: تعاهدت انا وزوجتي منذ سنة زواجنا الاولى على اتفاق يقضي في حال غضب احدنا من الاخر ان يخرج من المنزل لبرهة من الوقت حتى لا يتطور الامر الى الاسوأ! (ثم صمت قليلا امام فضول الجمهور لمعرفة قصده) وقال: ومن يومها انا خارج المنزل.

* الصداقة بين النساء: لم تعد الزوجة إلى بيتها ذات ليلة وفي اليوم التالي قالت لزوجها أنها كانت نائمة عند صديقة لها إتصل الزوج بأفضل عشر صديقات لزوجته فأنكر الجميع رؤية زوجته تلك الليلة اما الصداقة بين الرجال لم يعد الزوج لبيته ذات ليلة وفي اليوم التالي قال لزوجته أنه كان نائماً عند صديق له إتصلت الزوجة على أفضل عشر أصدقاء للزوج :ثمانية منهم أكدوا أنه كان نائماً عندهم وإثنان أقسما أنه لا يزال عندهم.

4. تقنيات المستخدمة في السيكودراما: (6)

1- **تقنية تقديم الذات**: تستخدم هذه التقنية بوجه عام قبل بداية العرض وفيه يسأل الفرد أن يتحدث عن نفسه، ويصور المواقف التي هي جزء من حياته اليومية ويخبر الجماعة بما يعدّه هاما من الموضوعات، وفي إثناء تقديمه لنفسه يطلب منه المخرج أن يتحدث عن علاقاته كما يراها، ويقدم إقتراحاته لحل المشكلة التي هو بصددها .

2-**تقنية تقديم الآخرين** : في هذه التقنية أثناء عرض الفرد أو تقديمه لنفسه يقدم فكرة عن علاقاته بالأخرين، وما يجب أن يكشف عنه عن هذه العلاقة، ويدعوه المخرج إلي إختيار وتقديم الآخرين المشاركين له.

3- **تقنية المناجاة** :المناجاه فنية يستخدمها الفرد الذي يقوم بأداء الدور بحيث يتحدث مع الجمهور بمفرده وبصورة مباشرة ليعبر بتلقائية عن مشاعره وتتضمن المناجاة تعبيرا بمستوى أعمق من عام ما بين الأشخاص فمن المألوف للمريض ان ينسخ مشاعره وأفكارة الخبيئة التي هي لديه الآن .
4-**تقنية المناجاة العلاجية** : وتأتي بعد تمرين الفرد علي إجراء حوارات ثنائية مع نفسه تهدف إلي إخراج ما خفي من أفكار ومشاعر لا يصل إليها في الظروف العادية.

5 ـ **تقنيــة قلــب الأدوار:** وتعطــي كل فــرد فكــرة طيبــة عــن الآخريــن . كــما تعطــي الفــرد فرصــة لفهــم الآخــر وذلــك مــع إحتماليــة تغــير إدراك الفــرد للآخــر مــن وقــت

لآخر اثناء العرض. تعطي الفرصة ليري نفسه من وجهة نظر الآخر المشترك معه .

6 ـ تقنية الازدواج: وتستخدم عندما يصعب علي الشخص أن يعبر عن إنفعالاته، فيعبر عنها فرد أخر يقوم بالدور نفسه الذي عجز عنه الفرد الأصلي

7 ـ تقنية المرآة البشرية: ويقوم فيها فرد مدرب أو مساعد بإعادة تمثيل دور الفرد الذي يقدم العرض علي المسرح، وتكون لديه تعليمات لأن يؤدي الدور بنفس الطريقة التي أداها الممثل بقدر استطاعته، فيكون بمثابة مرآه يري فيها الفرد نفسه تماما وذلك لأنه يستخدم نفس كلماته وحركاته أثناء تقديمه للعرض. وتستخدم فنية المرآة مع الفرد الذي لا يجيد التواصل بهدف تحقيق التواصل معه.

8 ـ قنية الحلم: عندما يذكر الفرد القائم بالعرض أنه قد رأي حلما فيطلب منه أن يتخيل موقف النائم ويحلم وكأنه في فراشة وهو واقف علي المسرح، ويطلب منه المخرج أن يصحو من النوم ويمثل ما رأه في الحلم بمساعدة شخص آخر، أو يمثل الحلم كله بمفرده ، وذلك تتاح الفرصة للفرد للكشف عن أفعاله وعلاقاته مع الآخرين أثناء الحلم بصورة مباشرة.

9 ـ تقنية الدكان السحري: في هذه التقنية قد يؤدي المخرج أو أحد الأفراد دور البائع في هذا المحل الذي لا يبيع أشياء مادية وإنما قيما وخصائص شخصية ورغبات عامة في الحياة كالنجاح والشجاعة، وطريقة الشراء ليست بدفع النقود وإنما ليحصل علي الشيئ المطلوب يبادل به قيمة أو خاصية

أو جانبا من جوانب رغباته الشخصية، وهذه التقنية تحدث نوع من التحديد الهرمي لأهمية القيم بالنسبة للفرد ويحدثله نوع من إعادة الاستبصار يدرك خلاله توجيهاته ومبادئه وقيمه.

10 - **تقنية الإسقاط القبلي:** وهي تستخدم في آخر مشاهد العرض، وفيه يسأل الفرد الذي قدم العرض أن يحاول تقديم موقف يتوقع أن يحدث في المستقبل.

11 - **تقنية نشر الظلام:** عندما يستخدم المخرج هذه الاسلوب فإنه يطفئ كل الأنوار أثناء العرض، فعندما يلاحظ المخرج أن الفرد قد بدأ في الحركة بطريقة معينة أو في البكاء فإنه يقوم بإطفاء الأنوار ذلك لكي يتيح للفرد الأستمرار في عرض الخبرات الأليمة من غير أن يلاحظ الآخرون في الجماعة ويظل الوضع هكذا حتي يستعيد الفرد اتزانه.

12 - **تقنية الكرسي المساعد:** عندما تستخدم هذه الفنية يكون الكرسي تعبيرا عن فرد آخر يحادثة الفرد أثناء عرضه ويلمح له بتعليقاته وحواراته وكأنه يحادث شخصا بالفعل، وقد يستخدم كرسيين وينتقل الفرد من كرسي إلي آخر أثناء أدائه للأدوار المختلفة.

13 - **تقنية تحقيق الذات:** وعبرها يحقق المريض ذاته علي المسرح ويسرد ما كان يرجوه، ويحكي عن إحباطاته أو يتناول ما كان يحلم به وما تحقق من حلمه وما لم يتحقق منه.

14 - **تقنية الصديق الحميم :** وهي تقنية حلت محل تقنية مناجاة النفس، ودور

الصديق الحميم محصور في أن يسمع إلي خطط البطل، وأن يكون صدي لارائه ومشاعره ويسمي في بعض الأحيان الشخصية الظل.

15 - **تقنية إدراك الرمز:** وهو عبارة عن التعبير بصورة رمزية فمثلا عندما يخشي الطفل التعبير عن مشكلة بينه وبين أحد أبويه أو معلميه فيقوم بنسخ قصة خيالية يرمز فيها مثلا للسلطة الوالدية بالأسد أو الحيوانات المفترسة ، ويرمز للأطفال الصغار بالأرانب الضعيفة ويلاحظ أن تقنية إدراك الرمز يستخدم فيها الممثل بعض التقنيات الأخري كالمناجاة أو قلب الأدوار أو المرآة.

16 - **تقنية ارتجال الخيال:** تعتبر من أكثر الفنيات التي طبقت بشكل يحقق الأهداف العلاجية ، ويمثل الدكان السحري أكثر تللك الفنيات شيوعا، ومن الاساليب الخيالية أيضا التمثيل الدرامي لحكايات العفاريت حيث يقص المعالج حكاية غر مكتمله من حكايات الجن وعلي أفراد الجماعة تكملة القصة من وحي خيالهم، والقيام بتمثيلها، وتبقي تقنية أخري وهي ارتجال خبرات الطفولة المبكرة حيث يقوم الفرد بتمثيل خبرة مرت علية أثناء هذه المرحلة ويقوم بتمثيلها.

17 - **تقنية الصدمة السيكودرامية:** في هذه التقنية يطلب من الفرد أن يلقي بنفسه إلي الخبرة المفزعة أو المولمة بينما هي لا تزال حية في عقله ووجدانه، ويفعل كما يود أن يفعل أوكما فعل من قبل وبإمكانه أن يختار واحدا من الحضور لكي يشاركه الموقف أو الخبرة.

18 - **تقنيــة الآخــر المثــالي:** وفي هــذه الفنيــة يقــوم الفــرد بــأداء دور الشــخص

المثالي الذي يحب أن يكون علية الفرد المؤدي للدور، وينسب له حرية إختيار هذا الدور ويمثله كما يري من وجه نظره، وهذا يكشف لنا عن بعض من جوانبة الشخصية والتي تفيد في العلاج.

*** خلاصة:**

وهكذا نفهم السيكودراما على انها نشاط له قيمة علاجية يشترك فيها اما شخص واحد (مريض) او اكثر، وقد اعتمد المختصون بعلاج الجماعة والافراد عبر السيسودراما او السسيكودراما عدة اساليب من شأنها ان تحسن اوضاع الافراد ضمن جماعتهم ومنها :

- الانفتاح النفسي على ألاخرين
- التعلم الاجتماعي واكتساب التجارب
- الاندماج
- التطهير
- الفنون التعبيرية، (مسرح / رقص / موسيقى. رسم)

وعندما يتحدد مفهوم العلاج وفق هذه السبل نستطيع ان نتنبأ بأن هناك بعض المزايا المفيدة بحيث يعبر الفرد عن صراعاته في حضور الناس الاخرين، وحيث يتبادل واياهم انفعالات ومشاعر وتقديرات عبر العمل المشترك، وتتعدد فوائد السيكودراما في كثير من المواقف العلاجية حيث يمكن من خلال التمثيل ان يكشف المريض جوانب هامة من شخصيته ودوافعه وحاجاته ومشاعره مما يفيد في فهم ودراسة الحالة وفي عملية الارشاد تاليا ..كما تساعد على التحرر من التوتر النفسي واتاحة القدرة على التعبير وفهم الاخرين واحساسه بأنهم يشتركون معه بقصد المساعدة المتبادلة مما يحقق الكفاية والمرونة في السلوك الاجتماعي .

***هوامش الفصل الرابع:**

1) **MARTIN ESSLIN, an anatomy of drama, abacus publishers,London,1878**

2) **سمر دودين كراجة، "توظيف الدراما في التربية والتعليم، مركز المعلومات والتدريب لرياض الاطفال، بيروت، د. ت.**

3) **زهير حميد علوان البياتي عن موقع الحضارية الالكتروني / معهد الابحاث التنموية والحضارية (العراق) ، 24/2/2009 ....**

4) **د.حامد زهران ، التوجيه والارشاد النفسي، عالم الكتب، القاهرة، 1982**

5) **سيكولوجية فنون الاداء، تأليف جلين ويلسون، ترجمة شاكر عبد الحميد، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد 258، حزيران 2000**

6) الموقع الالكتروني: www.almajara.com

المحور الخامس

الفرد والسلوك الاعلامي

مقدمة:

ينفرد العصر الحديث بحاصية مميزة هي الاتصال المتفاعل بواسطة التقنيات الالكترونية المعنية بالأعلام والبث والانباء. ولقد رافق تطور هذه الظاهرة تغيرات جذرية طالت نواح ليس فقط على صعيد المجتمع لناحية ذيوع أفكار وثقافات وقيم جديدة مع توسع انتشار التقنيات وإنما على صعيد الفرد لجهة سلوكه الاعلامي، الذي أصبح مع العالم الاتصالي في وضعية الجمهرة وهي وضعية تفضي إلى مسلّمة التكافؤ التي تتمثل في تعزيز التجانس كنتيجة لأضمحلال الاختلافات الشخصية والمستوى الثقافي والمعتقدات الخاصة بين الناس على تفارقهم، ليصبح الجميع أفراداً كانوا أو جماعات في روحية جماعية صنيعة السلوك الاعلامي الجديد. ويمكن فهم هذا السلوك على انه بمثابة استجابة معينة من فرد معين إزاء حدث معين، حتى تحدث تبدلات على صعيد اتجاهاته الذهنية ومآثره النفسية. لأن قوام أي إتصال سواء كان وجاهيا أو إعلامياً هو الاستعداد السيكولوجي حيث وفق هذا المبدأ تتنوع الأهداف بين:

- هدف اعلامي: يؤثر في العقل
- هدف اقناعي: يستميل الشعور والعواطف.
- هدف ترفيهي: يهدف الى الترويح.

إلا أن علماء النفس الاجتماعي المعاصرون لا يؤيدون فكرة الاستعداد السيكولوجي عند الحديث عن سلوك الفرد الاعلامي، اذ ما زال البعض يفرقون ما بين فحوى

الاتصال من جهة عبر النقاش (استمالة العاطفة بالأدلّة المنطقية) والاقناع (استمالة العاطفة بأدلة غير عقلية وحجج غير منطقية) وبين شكل الاتصال عبر استمالة الفرد لعقله وعاطفته معا عبر أنواع مختلفة منه على النحو التالي:

1) **الاتصال الاجتماعي** : ويعرّف هذا الاتصال عادة بالاحتكاك المباشر بين الافراد، وهذا الاحتكاك هو نوع من التعارف الذي يتم إما عن طريق الاتصال المواجهي (اللقاءات اليومية) واما عن طريق الاتصال التقني الشخصي (الهاتف/ الشاشة – skype/ ..) التي تتولى بدورها تكوين الصلات بين الناس وربطها في اطار واحد من العيش.

2) **الاتصال الاعلامي**: وهو العملية التي تنطوي على إنتاج شخص ما لرسالة واستقبال شخص آخر لها وفق محور تأثيري: من يقول؟ لمن يتوجه؟ بما يتوجه. (وغالباً ما يضاف اليها سؤالان آخرين: كيف..... بأية وسيلة؟ وماذا تركت من آثار.؟

3) **الاتصال الاعلاني**: وهو مجموع الوضعيات الموجهة لجمهور معين بهدف إقناعه أو استمالته تحت ضغط نفسي وإقتصادي وعاطفي من أجل تحقيق الغاية من الإعلان كما هو الحال عند الإعلان عن شراء سلعة نلاحظ كيف يستخدم مهندسو الإعلانات لعبة الإثارة لمشاعر الحاجة والرغبة لدى المستهلك وكل ذلك بهدف التسويق والبيع.

4) **الاتصال الاقناعي**: يعتبر بعض الباحثين أن أساس الإعلام هو البحث عن جميع أساليب الإقناع المتوافرة، أي محاولة جذب الآخرين بأية وسيلة لتأييد وجهة نظر القائم به، هذا الاتصال هو نوع من الاتصالات يحدث عندما يوجه أحدهم عن قصد رسائله لاحداث تأثير مرّكز محسوب على اتجاهات وسلوك وقيم وثقافة مجموعة معينة من الناس بما يشبه الدعاية من حيث الهدف، وبما يشبه الاعلان من حيث الأسلوب.

(5

في مختلف هذه الانواع يمكن فهم السلوك الاتصالي على انه «عملية يقصد مصدر نوعي بواسطتها اثارة استجابة نوعية لدى مستقبل نوعي» (1) وبذلك يصبح بدوره حصيلة شبكة من المواقف والاراء والاذواق التي ساهمت وسائل اتصالية وإعلامية عديدة في تكوينها وهذا ما يجعلنا نتوقف بالتعريف عند الوسائل الإعلامية (ك: ميديا) وابعاد ما تتركه هذه الوسيلة من نتائج على صعيد الفرد (المفاعيل).

1 ـ تعريف الميديا:

تعتمد أية عملية أتصال على ثلاثة مكونات رئيسية هي: العنصر المادي (وهو الخبر- المحتوى)، العنصر البشري (الفاعل / المرسل - والمنفعل / المتلقي) والعنصر ألالي (الوسيلة الاعلامية / القناة / الميديا..) إذ بغير وسيلة لا يكون إتصال. فما هي هذه الوسيلة؟ كي تكون الوسيلة اعلامية بالمعنى الدقيق للكلمة يشترط فيها جملة مهام :

أ) أن تكون حاملة لرسالة (أي محتوى إعلامي هادف)

ب) أن تهدف الوصول الى فئة معينة من الناس أو جمهور عريض لغاية ما

ج) أن تتخذ شكلاً كي تصل وهذا الشكل قد يتجلى تقنيا في أبعاد إتصالية متعددة

د) أن تتنوع بكميات الموضوعات التي تحمل

ويعرف باحثو الاتصال وسائل الاعلام بناء على نسق تاريخي – أذ بحسب برأيهم - عرفت البشرية خلال تاريخها أنواعاً عديدة منها، فالانسان البدائي كان يستخدم وسائل إعلام بدائية محددة كالنار والدخان والصدى والرايات ثم في مراحل زمنية لآحقة استخدم الحمام الزاجل والسفراء فالمراسلات المكتوبة.. مع ثورة الطباعة ولاحقاً التطور التقني في أجهزة الاتصالات دخل الإعلام

عهداً جديداً من التقدم العلمي فبات الباحثون يصنفون وسائل الاعلام انطلاقا من التكوين ألالي للوسيلة حيث تنوعت ما بين مطبوع (الكتب/الصحافة/ الملصقات/ الرسائل وسائر المنشورات) ومسموع (الاذاعة/ والتسجيلات/ التخابر السلكي واللاسلكي/ المحاضرات والمؤتمرات) ومرئي (الصورة/ المنحوتات/ الرسوم/ التلفزة/ المسرح/ السينما/الدمى المتحركة الخ)، فهذه الوسائل وغيرها يلاحظ انها تنوعت منذ عصور التاريخ الاولى وليومنا هذا الى درجة كبيرة حتى تراوحت بين سمعية ولفظية وكتابية وبصرية او سمعية – بصرية او كتابية - بصرية أوسمعية وكتابية وبصرية معاً، وما انتشار واحدة من هذه الوسائل في زمان ما إلا نتيجة الظروف الحياتية الملائمة التي أوجدتها، فالوسائل الشفهية مثلا كانت ولا زالت من أكثر الوسائل الاتصالية انتشاراً لا سيما في المجتمعات البدائية التي لم يتوفر لها الإلمام بالكتابة بينما نجد الكتابة الإلكترونية والصورة المتحركة والمتابعة الفورية عبر مواقع الانترنت وأخصها ما يعرف بالفايسبوك (facebook) أحدثت ثورة معرفية واتصالية واجتماعية وسياسية قل نظيرها في التاريخ. (2) اذ يسرّت:

1) **سهولة التواصل بشكل تفاعلي عبر الصوت والصورة واليوميات**
2) **تيسيير الأبحاث العلمية المختلفة ومساعدة طلاب الدراسات الأكاديمية.**
3) **نشر العلم وتبادل الخبرات.**
4) **استخدامها في الدعايات الانتخابية**
5) **التعرف على الإحصائيات الحديثة والتقارير والانفتاح على العالم في كافة المجالات المفيدة**
6) **التواصل بين أفراد الأسرة عند تفرقهم وابتعادهم عن أوطانهم، فيخلق جوا أسريا يفتقدونه بمتابعة أخبارهم يوما بيوم.**

7) **التعرف على أصدقاء جدد، والتعرف على أسلوب المعيشة لبعض الدول وعاداتهم وثقافاتهم.**

8) **اللحاق بركب التقنية الحديثة وكل ما هو جديد في شتى مناحي الحياة.**

9) **وسيلة اقتصادية توفر تكلفة الاتصالات بالوسائل الأخرى.**

الا انه في المقابل بدأت تظهر عوارض سلبية تؤثر على حياة مستخدمها اذ اكد خبراء نفسيون أن ظاهرة إدمان استعمال "فيس بوك" بدا واضحاً، حيث لاحظوا أن هذا الولع له آثار جدية على حياة الفرد، بحيث يفقده الصلة بالواقع المعاش ويؤثر على عمله وعلاقاته بالمحيطين به. وتوضيحا لحجم المسألة، أفادت بولا بايل المعالجة النفسية للزواج والعائلة بولاية نورث كارولينا، أنها استقبلت ثلاث حالات تشكو من إدمان "فيس بوك"، مضيفة أن استعمال الموقع بات وكأنه فعل قهري، بحيث يتيح لمستخدميه المجال للهرب من عالمهم إلى عالم «فيس بوك". وأشارت إلى أن هذه المعضلة لا تزال في تنامٍ وذلك نظراً لكونها تتيح مخرجاً للأفراد المأزومين في حياتهم اليومية.

على ذلك نستنتج ان للوضعيات المكانة والاجتماعية اثرا هاما على شبكات الاتصال وسلوك الفرد الاتصالي وتدل الوقائع على ان تأثير الاتصال يكون اقوى وافعل اذا كان الاتصال مباشرا (وجها لوجه) بينما ينخفض هذا التأثير اذا اعتمد وسائل تقنية اخرى فقد بينت تجارب عديدة في استقصاءات الرأي قام بها كل من كانترل والبرت حول وسائل الاتصال ان انتباه الافراد تجاه الوسائل يتم بشكل متفاوت الدرجات وفق الترتيب التالي:(3)

1. **الحوار او الحديث وجها لوجه بين شخصين (المحادثات الشخصية)**
2. **المناقشة او الحديث وجها لوجه بين افراد جماعة (جماعة المناقشة)**

3. **الاتصال بين افراد هيئة او جمعية تجتمع بشكل ودي لآرسمي**
4. **الاتصال التلفوني**
5. **الاتصال بين أفراد هيئة في جلسات رسمية (الاجتماعات الرسمية)**
6. **السينما الناطقة**
7. **التلفزيون**
8. **الراديو**
9. **التلغراف/الفاكس**
10. **الرسائل والخطابات الشخصية (المراسلات الشخصية)**
11. **الخطابات الرسمية**
12. **الصحف**
13. **لوحة الاعلانات**
14. **المجلات**
15. **الكتب.**

وهذا يعني انه يمكن ان نفرق بين تاثير وسيلة وأخرى على أساس درجة المشاركة التي تقيمها الوسيلة لجمهورها، فكلما كانت درجة المشاركة أكبر كان التأثير للوسيلة أبلغ..

2. مفهوم السلوك الاعلامي:

يطرح باحثو علم النفس الإجتماعي الاتصال - كعملية ووسيلة- من ناحية كونه موضوعاً جديداً في علم النفس، حيث أن ظروف الحياة الحديثة وما فيها من ضغوط تقنية بدأت تطرح مسألة علاقة الانسان بالاتصال، فهذا الإنسان- الفرد دائب البحث عن علاقات إجتماعية وعاطفية وهذه الرغبة الشديدة في تحقيق العلاقات تصطدم في صعوبة إمكانية تحققها على أكمل وجه بمفرده، فيحاول

الهروب من هذا الضغط ومن الشعور بالقلق والإنفصال إلى البحث عن الذات في الآخر.

وقد كشفت الأبحاث السيكولوجية مؤخراً عن حاجة جديدة في نوازع الإنسان الفطرية إلى جانب حاجاته الأخرى وهي «**الحاجة إلى الاتصال**» بناءً على تجربة قام بها كل من فرنان وهوفنان بدراسة عن «الحرمان الحسي» حيث وضعا شخصاً في غرفة معزولة منقطعاً عن أي إتصال مع المحيط، فوجدا رغبة الشخص الشديدة لأن يتواصل حيث بفقده للاحتكاك بآخر أخذت تظهر عليه عوارض الاضطراب النفسي والخلط الذهني، مما يعني ان الناس بحاجة نسبيا الى تدفق دائم من الاتصال حتى يحافظوا على التوازن الشخصي.(4) لهذا لا تنحصر أهمية الإتصال فقط في كونها حاجة نفسية بل في كونها ضرورة لتحقيق التوازن في الشخصية والاتجاه الحديث في الطب النفسي يشير الى دور الاتصال في تخليص المريض من حالة البلبلة والاضطراب. واي اضطراب على صعيد الاتصال من شأنه أن يحدث اضطرابا على صعيد السلوك.. حيث من الملاحظ مثلاً أن الأمراض النفسية تتكاثر في المجتمعات الحديثة وتزداد نسبتها نتيجة لكابوس العزلة والانفصال واضطراب الاتصال الحميمي المباشر مع الآخرين.

وهذا ما أشار إليه أيضاً بعض علماء الاجتماع الذين وجدوا في العزلة الاجتماعية خطراً مثل خطورة التدخين وضغط الدم وأرتفاع نسبة الكوليسترول وقلة التمارين الرياضية.. فعالم الاجتماع جيمس هاوس ينصح بضرورة أيجاد رفيق تتواصل وإياه يكون بمثابة انيس دائم – أي انيس بدءاً من الأسماك في حوض داخل المنزل الى اتخاذ شريك حياة – حيث يمكن أن يخفف من وطأة الحياة اليومية وسأمها، فقد ثبت علميا وحسبما أشار عالم النفس ديفيد سبيغل في دراسة له عام 1989 أنه بتمضية 90 دقيقة أسبوعيا مع شخص مؤنس تتمكن المرأة المصابة بسرطان

الثدي من مضاعفة مدة بقائها على قيد الحياة من 19 شهرا الى 37 شهرا.

وبالاطار ذاته تبين أن الاشخاص المتقدمين في العمر أكثر أحتمالا للاصابة بضغط الدم المرتفع ومن الممكن أن يرتفع لديهم هرمون السترس (cortisol) أذا أنغلقوا على ذاتهم وقرروا الوحدة بعيداً عن المناخ الإجتماعي وعزفوا عن الخروج الى المشاركة في المناسبات العائلية وغيرها.. مما يؤشر إلى أهمية العلاقات الإجتماعية وتأثيرها الإيجابي على صحة الناس في مراحل عمرهم المختلفة فقد أجريت مقابلات على 7000 شخص (في ولاية كاليفورنيا الأميركية) بهدف التحقق من قوة شبكة العلاقات الاجتماعية الدائمة، ثم أعُيدت المقابلة بعد تسع سنوات للتعرف على من بقوا على قيد الحياة فتبين أن من أتيحت لهم شبكة علاقات أجتماعية واسعة فاقوا الآخرين ممن لديهم علاقات نادرة نفسيا وجسميا بدلالات أيجابية، وأستنتج القيّمون على الدراسة أن الدعم الاجتماعي والتواصل الحميم يمكن أن يقي تأثيرات كثيرة من خلال أستبدال الانفعالات السلبية كالقلق والاكتئاب والحالات الجسمية المصاحبة لها بأنفعالات أيجابية (5)

اذن اخذت الوسائل الحديثة الاتصال من هواتف واذاعة وتلفزة وانترنت وصحف ومجلات تحدث مناخا اتصاليا متفاعلا بين الانسان وعالمه، وضعت الفرد على صعيد سلوكه الاعلامي في تحد دائم مع نفسه والآخرين، اذ يقوم بعلمية تكييف شاملة وهذا لايخلو من الصراع والقلق لانه يشارك العالم بأحداثه والالامه وهمومه بينما لا احد يشاركه آلامه انه يشعر بالتمزق والفراغ والوحدة ولعل انتشار الفردنة في ألاونة الاخيرة يرجع في بعض مآلها الى ظواهر التحديث وانتشار سلطة الثورة العلمية وتأثير ذلك على ملامح المجتمع العصري وانسانه بما ذلك شخصية الفرد نفسه. حيث يلاحظ دارسو ظاهرة الفردية انحسار الاتصال الشخصي نحو الممارسة الانانية في كسب المال واستعماله الذي بدوره يتضاد مع

المعنى الاجتماعي له (كعملية تضامن بين الافراد لا كوسيلة لعزل بعضهم) على نحو ما أشار أستطلاع للرأي أجراه مركز أحصاء عالمي (IPSOS REID) الى أنه في غمرة حياتنا اليومية نجد أنفسنا نتواصل أجتماعيا بما معدله 17 مرة عبر وسائل تقنية مقابل مرتين من خلال اللقاء الشخصي المباشر..مما يعني أن فضاء الشبكات الالكترونية أدخلنا عالما لآشخصيّاً وجعل تواصلنا بارداً وعلاقاتنا أصبحت "digitally" تتم عن بعد وفق ما يعرف بال: email , my space ,facebook,msn, فأنت عندما تتواصل عبر هذه " المجالات" يبقى في ذهنك بأنك تخاطب شخصا عن بُعد ومحتوى المحادثة يبقى محدودا بكلمات ويُختصر برموز..مما لا يجعلك تعبر عن مشاعرك وأحاسيسك كما هو الحال أمام شخص مقرب تلتقيه وجها لوجه، من هنا أظهر ما نسبته (61 %) من المستجوبين حنينهم الى اللقاءات المباشرة التي كانت تتم بكثافة قبل مجئ وسائل التواصل المتعددة، فاللحظات التي تقضيها مع أحدهم، سواء بالزيارات المتبادلة أو بالخروج سوّية، ومخاطبة الاخر وهو ينظر اليك وتنظر اليه لها من الأهمية بمكان نحو في أرساء علاقة حميمية، لهذا تنصح خبيرة العلاقات الانسانية آلين ماكفيل وتعليقا على نتائج الاستطلاع: " أن مسألة التواصل بينك وبين آخر ليس مجرد كم تحادثه باليوم عبر الهاتف أو كم تراسله ألكترونيا.. وأنما أهمية الاتصال والعلاقة ترتكز بشكل رئيسي على "جلسة هادئة وجها لوجه"، لاننا بالنهاية نحن مخلوقات أجتماعية وُجدنا لنقيم علاقات، فلنجعل التواصل البشري فاعلا اكثر من التواصل عبر الكومبيوتر او غيره". خاصة وان النسبة الاكبر من المستجوبين (88%) أقروا بأن اللقاء الشخصي يجعلهم اكثر تقربا واقل أضطرابا من اللقاء التقني عبر الهاتف او البريد الالكتروني (6)

هـذا مـن جهـة ومـن جهـة اخـرى اخـذت تعمـل ـ وسـائل الإعـلام ـ عـلى نشـأة وعـي مـا لنسـق ثقـافي حضـاري وللغـة حيـاة مرتبطـة بالنشـاط المـادي للفـرد في حياتـه اليوميـة،

بل فعلت فعلها عندما اوجدت ما اصطلح على تسميته عالم الاجتماع الفرنسي بيار بورديو بـــ "habitus" اي ذلك النزوع الشخصي الاجتماعي الذي يؤطر استعدادتنا دون افتراض وعي كامل من قبلنا لاطاعة نماذج معينة من السلوك والتفكير (7) وقدمت الى جانب ذلك " القدرة على التخيل" وتعني الرغبة في ان تتحقق الامور التي يتصورها الفرد ويريد ان يعيشها فعلا كما عاشها في خياله، ويعتبر التلفزيون من اكثر الوسائل الاعلامية دورا وفاعلية في زيادة مقدرة الافراد على التخيل عندما تدفع الناس- المشاهدين له على تصور تجارب اوسع من تجاربهم المباشرة المحدودة.

3. مظاهر الميديا في السلوك:

في ظل هذا العالم المتغير تكنولوجيا وفكريا واجتماعيا وسياسيا واقتصاديا لم تعد وسائل اعلام الانسان المعاصر محصورة وكما كانت من قبل في خبريات المقهى الشعبي، او تلفزيون الجيرة او تلفون الدكنجي، بل توسعت وامتدت حتى ربت انواعها على العشرات وطالت بتأثيرها جميع الاجيال ووسمت هذا العصر بأسمها دون منازع اذ اصبح القرن الحادي والعشرين قرن التكنو – ثقافي بأمتياز، انتقل فيه افراده – معرفيا- من وعي اجتماعي وفكري محدود الى وعي شامل غير مضبوط الآفاق، اصبح الناس واياها يعيشون عالما يعتبر من افضل العوالم: لا مشقات انتقال وتنقل بل بكبسة زر تعبر الى حيث الحياة ولو بطريقة اسقاطية/ هوامية، الى حيث الحقيقة ولو كانت افتراضية مع توسع الكلام عن الصور المحرفة والمفبركة التي تمنح المشاهد مزيدا من الجاذبية والمتعة والتأثير. لنأخذ الالعاب التي تصطنع الواقع مثالاً حيث يمكن ان نموت ثماني مرات على التوالي ثم نستأنف اللعب مجددا وان نقود سيارة بسرعة 300 كلم / بالساعة متجاوزين الخطوط الحمراء وان نسحق عشرين شخصا ونقتل الشرطة من دون ان ندخل

السجن وان نختار منتخبنا الرياضي ونربح كأس العالم، كل ذلك يجري في لحظات عيش حميمة داخل منزلك كل مساء.

لقد بات باستطاعتنا من الآن وصاعدا ان نكون مع التجارة الالكترونية رأسماليين مستقلين نساهم مباشرة في حركة الاسواق العالمية أثناء تناول أحدنا فطوره الصباحي. لان التكنولوجيا الحديثة والوسائط المتعددة وطريق المعلومات السريع فتح المجال امام فرص فنية وعلمية واجتماعية تفوق الخيال حتى اوجدت ما يسمى ب «الواقع الافتراضي» حيث مع هذا الواقع يتاح لك ان تذهب الى اماكن وان تفعل اشياء لم يكن بمقدروك ان تفعلها بأية طريقة اخرى. ولكن مع شمولية الاتصال وافتراضه اخذت تبرز تساؤلات: إلى أي مدى يمكن أن تكون هذا الوسائل محمودة الاثر؟ لماذا الخوف الدائم من انتشار تكنولوجيا الاتصال على نطاق واسع ؟ يمكن اختصار ذلك في اربع نقاط :

1- لأنها **عززت النزعة الفردية** بشكل ملحوظ وجعلت الفرد ينقطع ويستغني عن جماعته، فانتشار الوسائل الاتصالية وما تركته من اثار معرفية اخذت تتيح للناس الاسهام بدور اكبر في تكوين انفسهم وبناء هويتهم الخاصة، فأنحسرت معها وطأة التقاليد والقيم الراسخة و تزايد التفاعل مع جماعات خارجية وتناقص وزن الرموز الاجتماعية التي كانت تحدد الملامح الرئيسية لخيارات الناس وانشطتهم.

2- غيرت من انماط العمل حتى جعلته بكل تفاصيله رقميا امام اعييننا على جهاز الكومبيوتر وعلى شبكة الانترنت التي اصبحت بمثابة مكتبة ضخمة، متجر واسع، ارشيف هائل، ملعب فسيح، منظم حسابات، مبرمج معلومات، مما يعني اختصار لعدد العمال والوقت والجهد.

3- قولبت الناس في افكار ونمط حياة متقارب عن طريق «**تحقيق التجانس** وتوحيد القياس بين الناس» بحسب ما قاله الصحافي الامريكي توماس فريدمان في كتابه عن العولمة « بين السيارة ليكساس وشجرة الزيتون» عبر ايجاد نموذج كوني موحد للقارئ والمستمع والمشاهد.

4- اوجدت ثقافات جديدة على حساب الثقافة المحلية حتى اختلفت طبائع الاجيال فيما بينها بفعل ما تساهم به هذه الوسائل وهذا ما حدا بمسؤول فرنسي رفيع الى القول : « لا نريد لاولادنا ان تربيهم افلام هوليود..»

ويتوجس البعض من هذا التوسع الفضائي والتقني لما له من دلالات معرفية وثقافية متنقلة هنا وهناك يرتاح لها بعضهم ويعتبرونها مظهر حداثة ويجب الاخذ به للتغيير نحو الافضل، ويرفضه بعضهم الاخر باعتبارها غزوا فكريا قد يعمل على انهاء الثقافة الاصيلة .. ازاء هذه الثورة الاتصالية برز موقفين:

* اولاهما يأخذ بوجهة تأييد هذه الوسائل **ودورها الايجابي** كونها :
  - حررت الاعلام من رقابة الانظمة،
  - ادخلت الناس في فضاء معرفي،
  - قدمت انتفاعا هاما بالمعلومات الجاهزة لطالبيها
  - يسرّت مساحة ديموقراطية مفتوحة لا يملكها احد ولا يسيطر عليها احد
  - اوجدت مناخا اجتماعيا يضم ملايين الناس الغرباء عبر الحدود .

* وثانيهما يأخذ **بوجهة الاعتراض** متخوفا من ان يفضي هذا التوسع الى :
  - اضحملال السيادة الوطنية
  - انحسار الثقافة المحلية

- اندثار القيم والعادات والتقاليد
- ذهاب الخصوصية الهوّية في مهب الريح ..

ينحصر النقاش الرئيسي عن دور الوسيلة الاعلامية اذن في التساؤل حول اذا ما يجب علينا ان ننسب الى الميديا وظيفة توجيه النبأ او اذا يجب أن نعترف لها بالقدرة الحقيقية على حث الاشخاص التي تتوجه اليهم : هل الميديا واسطة نقل فقط ام انها يساهم بشكل فعال في الشروط الخاصة لظاهرة الاستقبال؟ توزع علماء النفس الاجتماعي عند الاجابة على مجموعتين متناقضتي المواقف:

- **المجموعة الاولى**: شددت على أهمية المحتوى وقللت من الاهمية الخاصة التي تكتسبها الوسيلة الاعلامية نتيجة لطبيعتها التقنية البحتة، بينما شددت على محتوى الرسائل
- **المجموعة الثانية** : اولت الاهمية للوسيلة بحد ذاتها بأعتبار انه لولا الوسيلة لما كان هناك جمهور، ولا كان تأثير ..

ازاء هذاين الطرحين حسم عالم الاتصال الكندي مارشال ماكلون الجدل عندما اعتبر ان الوسيلة هي الرسالة، وذلك يفيد بأن اي محتوى اعلامي (عنف/ رعب/ جنس/ دعاية/ تضليل) هناك جانب آخر يساعد بالتأكيد والى حد كبير في تحديد الآثار سواء كانت هذ الآثار جيدة او سيئة، ويتعلق هذا الجانب بالرسالة – المغزى والوسيلة – الطريقة.. حيث كثير من الاعمال الدرامية والموضوعات الاعلامية والنشرات الاخبارية تحاول ان توصل فكرة ما او اتجاها معينا، وتحاول من خلاله أن تُعلمنا درسا او تقنعنا به بطريقة ما. فلا الرسالة بحد ذاتها مؤثرة ان لم تجد الوسيلة الانسب ولا للوسيلة قيمة ان لم تحمل مضموناً مختاراً بعناية للتأثير.

وهكذا تدور وظائف الاعلام في اطار الوظائف التقليدية للاتصال من تعليم، وتثقيف وتنمية وتعبئية سياسية واعلان وما شابه. وهو يختلف (مفهوما واستخداما)

عن سائر الانواع الفكرية الاخرى كالفن والعلم والادب من عدة وجوه اهمها:

- الالتزام بآنية الحدث
- الالتزام بالواقعية
- السرعة وجماهيرية الانتشار
- الارتباط بوسيلة
- ارتباطه بمؤسسة.

وقد عني باحثوعلم الاجتماع الاعلامي على رصد مقتضيات هذه الوظائف ومؤثراتها، خاصة لما يتعلق منها بالاخبار التي ينقلها التلفاز سيما وان كثير من المشاهدين لا يقرأون الصحف، اما عن خيار شخصي او بسبب الاميّة مما يجعل وسائل دون اخرى هي المصدر الوحيد للمعرفة لما يدور في العلم من احداث وتطورات..وتتفق اغلب الدراسات على ان التغطية الاخبارية للوقائع في جميع وسائل الاعلام لا تقتصر على مجرد «عرض» (وصف) موضوعي لحدث او واقعة ما او نشاط معين.. بل في مضمونها وفي صيغة ادائها تنقل موقفا ما .. ويتجلى موقف التحيز هذا في عدة نواح من بينها التركيز على وجوه من الحدث وإغفالها أخرى، أو انتقاء جوانب محددة من الواقعة – النشاط واهمال جوانب اخرى. أو التشدد على ابراز نقاط وحذف نقاط ما قد تكون اكثر دلالة وأهمية.. وتصدق هذه الظاهرة التي يطلق عليها بصفة عامة مصطلح «التحرير» أو انتاج الخبر على مختلف وسائل الإعلام المرئية والمكتوبة والمسموعة.

لقد ادت نشأة وسائل الاعلام ودورها ولا سيما الالكترونية اليوم، الى تحولات عميقة في طبيعة حياتنا ، فالتلفاز والمواقع لا يعرض لنا العالم او يعكسه او يمثله، بل انه اصبح وبصورة متزايدة "يعيد تعريف ماهية العالم الذي نعيش فيه، ان نظرة سريعة الى الوقائع التي ينقلها التلفزيون مثلا للافراد والجماعات في جميع انحاء العالم بمختلف تفصيلاتها ومواطن الاثارة والمبالغة مثل الحروب والمجاعات

والمحاكمات والمطاردات ستؤكد ان التلفزيون انما ينقل ما يسميه المفكر الفرنسي جان بودريار "عالم الواقع المفرط" ، العالم الحقيقي لم يعد موجودا بالفعل بل استيعض عنه مشاهد وصور واحاديث وتعليقات، ودليل ذلك ما قدمته دراسة اشرفت عليها الوكالة الدولية للانماء(بريطانيا) أن التغطية الاخبارية التلفزيونية آخذة بالتناقض والضمور التدريجي من ناحية النوع والكم .. فمن ناحية الكم انخفضت نسبة التغطية التلفزيونية الغربية للعالم النامي حتى العام 2000 بنسب تتراوح بين 50 % 70 %، اما من حيث النوعية فتكاد تتركز على الجوانب السياحية ومشاهد الطبيعة الغريبة في هذ البلدان.. كما اخذت تولي اهتماما اكثر على الامور المتصلة بالسفر والتجوال الاستكشافي.. بينماالبرامج التي تتحدث عن القضايا الحادة مثل حقوق الانسان والفقر وتردّي البيئة فتتميز بالشح ولا تذاع غالبا الا في ساعات متأخرة من الليل او الساعات الاولى من الصباح عندما تتدنى نسبة المشاهدة.

4. الوسيلة الاعلامية والفرد في وضعية الجمهرة:

عندما نقول كلمة ميديا- ومهما تعددت المعاني او المصطلحات التي تُعزى اليها- لا بد ان تعني وقبل اي شئ آخر الوسيلة الخاصة بالاتصالات والشرط المادي لأمكانية احداث تأثير.. يستبتع هذا التعريف كخاصية للوسيلة الاعلامية وجود جمهور معني بها حتى ينشأ بينهما علاقة تبادلية وفق المعادلات التالية:

- لكل ظاهرة اتصال وسيلة خاصة بأستطاعتها ان تنقل الرسائل الى عدد كبير من الاشخاص
- لا يمكن اعتبار الجمهور كتلة لا تفاضلية او مجرد مجموعة من الافراد المتكافئين وظيفيا
- ان الجمهــور لا يتعــرض بشــكل عشــوائي لاي وســيلة اعلاميــة ولكنــه يقيــم

معها علاقة انتقائية متبادلة

- ان الميديا تختار جمهورها كما يختار الجمهور ميديا تهمه
- أيٌّ مستقبل لميديا يمكن ان يكون كذلك مستقبلا لأكثر من ميديا (مبدأ الكل او اللاشئ)

بناء على هذه الفرضيات يتبين وجود عملية انتقاء متبادلة من قبل وسائل الاعلام الجماهيرية ومن قبل الجمهور، فمن جهة أولى هناك الميديا (صحيفة معينة / قناة تلفزيونية/ ..) تتصرف بشكل يمكنها من الاتصال بمجموعة من المستقبلين، وللمستقبلين من جهة اخرى امكانية اختيار بين مجموعة وفيرة من وسائل الاتصال المختلفة وحتى بين المضامين المتنوعة لإحدى هذه الوسائل. بمعنى ان الفرد الذي ينتمي لمجدموعة معينة من الجماهير يختار احدى الصحف ليقرأها اوالبرامج التلفزيونية التي يود ان يشاهدها من بين مجموعة كبيرة من البرامج والصحف.. ويلعب في عملية الانتقاء هذه عوامل عديدة منها السن والمستوى الثقافي والمركز الاجتماعي – الاقتصادي والالتزام العقائدي والاتجاه السياسي – الحزبي، وما ذلك من عمليات نحدد بعضها:

1) **العمر**: من البديهي القول ان الاختلاف بالعمر يفرض احيانا تنوعا على الهواية وعلى صعيد الدراسة وينسحب كذلك على صعيد الوسائل الاعلامية والمواد الترفيهية ، فالاعمار الصغيرة غالبا ما تسغى نحو البرامج التي تصنف على انها ترفيه خفيف او موسيقية صاخبة.. وكلما ارتفع السن تحول الانتقاء من الترفيه نحو الموضوعات الجادة.

2) **الجنس**: تنعكس الفروق القائمة بين الجنسين نتيجة عوامل التنشئة المكتسبة على السلوك الاتصالي فقد تبين ان النساء اقل اهتماما بالشؤون العامة من الرجال، بل يملن اساسا نحو المسلسلات الدرامية والعاطفية والطبخ

والازيـــاء بينـــما الرجـــال يتابعـــون الاخبـــار السياســـية والاقتصاديـــة والرياضيـــة وافـــلام العنـــف والاثـــارة

3) **المستوى العلمي**: تأكد في دراسات متخصصة وجود ارتباط بين متغير التعليم والاقبال على الوسائل الاعلامية ، فجمهور الوسائل المطبوعة يحتاج الى قدر معين من الكفاءة العلمية، بعكس الاعلام المرئي واخصه التلفزيون الذي يستهلك اعلامه بكثرة ثلاثة شرائح اجتماعية رئيسية: ربات البيوت/ الاطفال والعاطلين عن العمل. وفي هذا الاطار قام الباحث الامريكي ستنير مسح اجتماعي تناول جمهور التلفزيون في الولايات المتحدة شملت حوالي 2500 مستجوب، فوجد ان جمهور التلفزيون يتوزع على فئتين: فئة المشاهد المتوسط وهو الشخص الذي لا يتعدى مستواه الثقافي المستوى الثانوي وفئة المشاهد المثقف والذي يكون مستوى ثقافته جامعي وما فوق، ثم تبين له ان المشاهد المتوسط هو اكثر مثابرة في تتبع البرامج التلفزيونية من المشاهد المثقف. (8)

4) **الانتماء الديني**: لا يمكن ان يكون كل فرد بمفرده بل هو ينظوي تحت مظلة جماعية ترسم ملامح انتماءاته ، وعليه يكون « الدين/ الطائفة» جزء من تلك الهوية التي تدمغ احدنا والتي تفرض بدورها تعلقا برموز واشكال وجمعيات ومؤسسات وشعائر وفنون ومدارس خاصة بطائفة معينة عن غيرها وبهذا السياق يمكن فهم رغبة ذوي التوجه الديني والإلتزام العقائدي نحو الانتقاء لمؤسسة إعلام خاصة والاتجاه نحو أقنية تلفزيونية تعنيهم..

5) **الايديولوجيا**: اي تبعا لاراء الشخص المسبقة تحدث احيانا عملية الاختيار والانتقاء، حيث اظهرت ابحاث عديدة تناولت الانتخابات السياسية كيف ان الافراد الذين يتعرضون للدعاية التي ينشرها الحزب الذي ينتمون اليه يتأثرون بتوجهاته اكثر مما لو تعرضوا لدعاية خصومهم ، فعملية الانتقاء

هنا ترتكز في اصولها على عامل الرأي والمعتقد الخاص.

6) **الاذواق**: اصطلاح يستخدم للتعبير عن ميل فرد ما او جماعة معينة نحو امور وغايات تقدم اشباعات نفسية واجتماعية ومعرفية او ترويحية .. وبهذا السياق تقول باحثة الاتصال الاميركية ديانا روبينسون عن استعمالات التلفزيون انه : داخل اية مجموعة محددة ديموغرافيا توجد مجموعة ذوق» حيث هناك الاذواق الثقافية والاذواق الرياضية والاذواق الاعلامية (9)

5 . دراسة المفاعيل.

تدرس الابحاث الاعلامية «المفاعيل - الاثر» وفقا للتعريف الاجرائي الذي يذهب اليه الباحث، فقد يحدده بمستوى المعرفة او بشعور الارتياح اوالانزعاج تجاه ما يعرض، او بتغيير الاتجاه والتصرف المجتمعي، لهذا كانت هناك ثمة صعوبة في تحديد نوعية الاثر لأنه ليس بالامكان دائما دراسة السلوك البشري الذي يحدث نتيجة الاتصالات في كل المواقف وفي كل الاحوال.. ولكن بشكل عام يمكن تعريف الاثر على انه بعض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة ، فقد يلفت المضمون الاعلامي انتباهه الى شئ ما ويدركه، وقد تضيف الى مدركاته معلومة جديدة وقد يجعله يكون اتجاهات او يعدل من اخرى ، وقد تجعله يتصرف بطريقة مغايرة عن السلوك السابق ..

وهكذا تسبب الرسالة الاعلامية (المضمون) تأثيرات تختلف تأثيراتها بأختلاف الافراد (المستقبلين) وبغاية القائم بالاتصال حول اهدافه منها، لان ليس هناك في العادة وضوح كاف تفضي جميعها الى مفاعيل متوقعة واخرى غير متوقعة، فبرنامج تلفزيوني مثلا قد يصنف على انه ترفيهي (هدفه المباشر قتل الوقت) في حين ان هذا البرنامج من وجهة نظر مموّله مجرد آداة لكي يلفت نظر المشاهدين الى سلعة معينة يسوقها عبر البرنامج، لهذا يفرق الباحثون بين التأثيرات –

المفاعيل وفقا لمداها وطبيعتها حيث هناك التأثير التراكمي الطويل المدى لمختلف انواع الاتصال على الافكار ونتائج ذلك على المجتمع أو الفرد، والتأثير المرحلي القصير الامد الذي يطرأ على الرأي او الذوق، وكلا التأثيرين يعرفهم باحثو الاعلام واخصهم ولبر شرام بالجزاء الآجل/ المؤجل والجزاء العاجل/ المباشر

1) **الجزاء الاجل:** وهو التاثير الذي يتحقق بعد فترة او على فترات من الزمن، عندما يكون في نية المرسل احداث مثير واستجابة للرسالة حتى الى سلوك معين على المدى المنظور كما هو الحال عبرالتبرع الاني بالمال والخدمات لهدف سياسي مستقبلي

2) **الجزاء العاجل**: وهو حالة الرضا او السرور او الاسترخاء والترفيه التي ينشدها المستهلك من اتصاله واستهلاكه الاعلامي الاني، فهو مثلا يذهب لمشاهدة مسرحية بهدف الترويح عن النفس، ويشترك في حوار ونقاش ثقافي لإرضاء ذاتي، وقد يشاهد بعض برامج التلفزيون ليسترخي ويقلل من حالة التوتر لديه.. حيث يُجازى مباشرة حينما يستقبل انواع معينة من المضامين الاعلامية المحببة .**(10)**

اذن اي رسالة اعلامية قد يكون لها اهداف متعددة، بعضها استهلاكي اساسا وبعضها الاخر آلي يستغل في تحقيق اهداف آجلة سواء بالنسبة للمصدر او المستقبل ، فقد تهدف مسرحية ما الى تحقيق استجابة لا تتعدى قول الجمهور عنها : «انها تعجبني»، ولكنها في نفس الوقت قد تهدف الى تغيير سلوك الجمهور فيما بعد تجاه موضوع اجتماعي او سياسي . ولكن يبقى السؤال الاهم كيف يمكن لوسائل الاعلام ان تحدث التـأثير والاثر؟ في الدراسات السوسيو أعلامية هناك فرضية تقول: كلما كان المضمون الاعلامي متفقا ومنسجما مع الاطار المرجعي للمستقبل كان تأثيره بها اكثر وبالعكس يمكن الافتراض.. لهذا نجد تعارضا بين فئات واشخاص مع الوسائل الاعلامية

لانها لا تنسجم واهوائهم او تطلعاتهم. وعليه تسعى الوسيلة الاعلامية الى استمالة هؤلاء الناس عبر اواليات نشر متقنة تعتمد احيان كثيرة استراتيجية الاقناع «persuation " التي تركز بدورها على الحالات النفسية للفرد يكون من شأن ذلك استدراج ادراكاته نحو سلوك وموقف واتجاه معين من خلال وظائف ابرزها:

1.5 الوظائف النفسية

تصور الجدلية الكلاسيكية مفاعيل الاتصالات على شكل سلسلة سببية تمثل الرسائل الاعلامية ومحتوياتها الجهة المسببة بينما يمثل الفرد المسبب لها، وينحصر الاثر الذي نبينه نفسانيا عن طريق قياس تبدلات السلوك الاتصالي ، ويمكن ان نحدد هنا نوعين منها: هناك اولا المفاعيل التي ندعوها بالاولية وهي التي نتبيّنها من خلال رسم بياني يتمثل في مثير---استجابة: عندما يؤدي محتوى رسالة معينة الى نتيجة او اثر ما (كتبدل في الرأي مثلا) وهناك ثانيا مفاعيل اخرى وهي ما ندعوها بالثانوية وهذا النوع من المفاعيل هو اعم من الاول واقل مباشرة ، اي ان اثره غير مباشر نذكر من انماطه نتائج وشكل الاتصال على الذوق الفني او الجمالي او الاخلاقي.

هذا يعني ان ثمة ترابطا بين سلوك في مجال الاتصالات وسلوك آخر في ميدان مختلف اعم واشمل، فمشكلة مشاهِدْ العنف في السينما اوالتلفزة او الالعاب الالكترونية ونتائجها يتم دراستها على ضوء دراسة مجموعة من المواقف الفردية (الاستعداد الذاتي) والاجتماعية (البيئة/ الوسط) التي تساعد بدورها على تعيين نوعية السلوك الناتج عن تلك المشاهد وعلى تحديد الموقف الفردي ازائها، وهذا ما يتوافق مع وجهة نظر المحللين

النفسانيين الذين ركزوا اهتمامهم على الخصائص المميزة والخبرات الحاصلة في ماضي الانسان الذي يرتكب حوادث عنف آخذين في اعتبارهم علاقة هذا الانسان بوسائل الاتصال.

والوضع مشابه ايضا لموضوع الجنس فعلى المدى المنظور تزيد افلام الاثارة الجنسية من مستوى الدافع الجنسي وتزيد القابلية للمعاشرة ومع ذلك فأن الاشخاص المدانين في جرائم اغتصاب مثلا يبدو انهم لم يتعرضوا على نحو زائد للافلام الجنسية في شكلها العام او في شكلها الخاص المرتبط بجرائهم بل على العكس من ذلك فقد تزايدت الاحتمالات الخاصة بأن ذلك يعود الى الآثار السيكولوجية المدمرة التي حدثت في ماضي حياتهم فدفعتهم الى ارتكاب سلسلة من جرائم الاغتصاب، فدافع الجنس هنا ليس بهدف الرغبة بقدر ما هو بهدف تصريف الطاقة العدوانية عبر فعل جنسي بينما تبين لبعض السيكولوجيين ان التطهير عبر الافلام الاباحية للكبت الجنسي لا يساهم الا بالنزر اليسير في تخليص الشخص القائم بالمشاهدة من الاستثارة الحادثة لديه مما يؤدي ذلك الى خفض الرغبة الجنسية في اليوم التالي، ولكن مع حالات التشفي عبر الاغتصاب الجنسي المسألة تختلف ويعود ذلك بالطبع الى مواقف فردية تتعلق بالمغتصب نفسه (خبرات طفولية غير سارة تجاه الاناث) واتجاهات تتعلق بالمعتدي عليه (اعتبار النساء موضوعات جنسية وانها يستمتعن بالممارسات السادية عبر ما يعرف بالجنس القهري)

2.5 الوظائف الاجتماعية:

نستطيع ان نقرر مع غالبية الباحثين ان المجتمع الانساني لا يستطيع الحياة دون اتصال كما ان الاتصال لا يمكن ان يحدث الا داخل ومن

خلال نسق اجتماعي معين، الا ان هذه العلاقة بين الاجتماع والاتصال لا تتلازم فقط بضرورة الوجود وانما ايضا بأمكانية التأثير المتفاعل، اذ مع تعقد التركيب الاجتماعي وتنوع مظاهره تكاثرت وسائل الاتصال بشكل يفي بمتطلبات هذا المجتمع الجديد فالاتصال الشفهي المباشر مثلا لم يعد كافيا لتأمين التواصل بين الافراد كما كان في المجتمعات التقليدي، بل كثير من اللقاءات المباشرة استعيض عنها بتواصل تقني غير مباشر حيث مقابلات التوظيف وخدمات البيع والتسوق وصفقات العمل مثلا باتت تتم عبر مراسلات بالبريد الالكتروني والمحادثات المباشرة مرئيا عبر اجهزة ميسرة للغاية. ان النمط الجديد من الحياة الاجتماعية فرض وسائل تواصل جديدة ليوجد بدوره مناخا اتصاليا يعيشه الناس كما تعيش الاسماك في الماء لا تستطيع الهروب منه إلا إليه.

3.5 الوظائف النفس – اجتماعية:

والتي تحدث عبر خبرات مثل التعويض وتحقيق الرغبة والنصيحة على نحو ما اشرت الباحثة هيرت هيرزوج في دراسة لها حول استعمالات وسائل الاعلام، وأضاف باحثون آخرون أمثال وليم ستيفنسون ولورنس ورنر ومارك ليفي اللذين وجدوا في الاعلام المرئي اخصه التلفزة – وعلى نحو معاصر الانترنت- استعمالات واشباعات متعددة، فبالنسبة لستيفنسون تقدم الوسائل الاعلامية اشباعا عبر «اللعب» اذ توحي هذه النظرية بأننا نستعمل اجهزة الاتصال كوسيلة للهروب الى عالم من اللعب لا يمكن الوصول اليه في الاوقات الاخرى، وكأنها بذلك تقوم بعملية اراحة نفسية وإنفعالية تواتر على ذهن الفرد وأعصابه فيجد بأحدى الأجهزة وسيلة تخفيض للتوتر، أما بالنسبة لورنر وليفي فقد وجدا بأن من احدى

استعمالات وسائل الاعلام (وتحديدا التلفزة) قيامها بالاشباعات التالية:

أ) **الرفقة والصحبة** وتمثله عبارات الناس بقولهم: «تجعل نهاري يمضي بسرعة»، «متابعة الاخبار تبقيني على اتصال بالعالم»

ب) **إعادة الطمأنة** وتمثله مواقف من نوع: « اخبار التلفزيون تساعدني على تتبع ما يحدث لاناس مثلي»

ج) **الادراك المعرفي**: وتختصره بيانات من قبيل: «أتابع كي أقارن أفكاري بما يقوله المعلقون»

د) **التوجيه العاطفي**، الذي تميزه تصريحات مثل: بعد يوم شاق تساعدني التلفزة على الاسترخاء/ اشعر في المشاهدة بنوع من الإثارة لأن بعض المشاهد تكون مثيرة/ عندما يحين موعد مشاهدتي اخبار التلفزيون ليلا أكون بالفعل قد سمعت أو قرأت عن بعض الاخبار التي ترد في نشرة الليلة لذا انا مستقر إلى حد ما مما أرى».

ه) **الترفية والتسلية**: «أتابع لأُشبع فضول ما لدي/ استمتع بسماع اشياء مضحكة / أجد الأخبار أحياناً أكثر دراماتيكية وإثارة عند تقدم متفرقات غريبة»

6 ـ نماذج من التأثير الاعلامي

ان تحليل مضمون الاتصال يشير الى اهمية الاساليب السيكولوجية التي يحتمل أن تؤثر تأثيراً شديد الفاعلية على الأفراد، فالتكرار وإحساس الفرد بأن الغالبية تجمع على رأي معين وتأثير التخويف الشديد وتقديم الحجج والبراهين واستخدام الإتجاهات الموجودة في الإقناع وغيرها من الأساليب هو يمكن تسميته بالتأثير النائم (sleeper effect)، حيث التأثيرات – سواء كانت سلبية أو إيجابية – التي

تنشأ نتيجة لمصادر معلومات معينة تختفي بعد بضعة اسابيع ولكن تترك اثراً.. ان الشواهد البحثية المتعلقة بآثار الاقناع تحت الشعور ي (subconscious mind) شواهد مختلطة ويعتقد معظم الخبراء ان المثيرات التي تقع حقيقة تحت مستوى الشعور أو خارج حدود الادراك الممكن لا يمكنها ان تؤثر في سلوكنا بينما المثيرات التي تقع خارج وعينا الحالي هي ما يمكنها ان تؤثر فينا وينطبق هذا بطبيعة الحال على الاعلانات التي توجد في كل مكان حولنا والتي نعتقد بأنه يمكننا تجاهلها، ألا أننا وعلى رغم هذا نتأثر بها ويحدث ذلك على نحو كبير لان وسائل دفاعنا الادراكية تكون على حالة كبيرة من الضعف ازائها... فما هو شعورنا تجاه الاعلان؟

الاجابة على هذا التساؤل يعتمد على كيفية تنشئتنا في التفاعل مع الاعلان ونوعيته، فقد أظهرت دراسة استقصائية عن الجمعية الامريكية لوكالات الاعلان ان آرائنا لا تتأثر بصورة اساسية بما نشاهد وحسب وانما بما يتضمنه الاعلان من مصداقية وقيمة ترفيهية ومضمون اجتماعي وفوائد تعود على المستهلك. (11) لهذا بدأ الاعلان يشكل الاهتمام الدراسي لما بات يحدثه من مفاعيل حيث اخذ يشكل في دوافع الأفراد ويقتحم حياة الناس بمضمونه وضوضائه كقوة ضخمة داعمة ترتكز اليه وسائل الاتصال في نواحي عملها.. الا الذي يعنينا في هذا السياق هو المفاعيل التي يتركها الاعلان على صعيد السلوك الفردي. لان الناس لا تسعى فقط الى ارضاء احتياجاتها فحسب بل تتطلع الى احتياجات اكبر وافضل وهذا ما يحاول الاعلان ان يقوم به بأن يقدم ما يرضي هذه الاحتياجات والتطلعات المتجددة والاستجابة لها عبر لعبة الاستمالات المتعددة التي تهدف الى تحريك مشاعر الرغبة بالاستهلاك من خلال توسلها طرق تأثير: كالاغراء الجنسي/ القوة الموهومة / الارقام الاحصائية/ الاغاني المبتذلة/ براءة الاطفال وصور الحيوانات..وغيرها من الوسائل ..وفيما يلي دراسة عن احدى هذا الاستمالات

وهي دراسة حول صورة المرأة.

1.6 ـ صورة المرأة في الاعلانات.. وتأثيرها على السلوك الاستهلاكي

يثير استخدام المرأة وصورتها في الاعلانات جدلا ونقاشا واسعا ليس بين الباحثين وخاصة المهتمين بالدراسات الاجتماعية وانما في الاوساط الدينية ولدى الحركات النسوية، ويقف وراء هذا الجدل عوامل الاستخدام المكثف للمرأة كسلعة للترويج وأعتبارها شخصية محورية للقوة الشرائية فضلا عن كونها تمثل احدى نقاط الجذب الجنسي عبر أستغلال انوثتها وحركاتها الاغرائية. ومن آثار الاعلان انه يخلق مجتمع استهلاكي بالدرجة الاولى حيث يدفع الناس لشراء سلع فائضة عن التي يحتاجونها غالبا، اذ لولا «الاعلان» لما فكر الفرد بشرائها.. واستهلاكها ومع هذا السلوك الاستهلاكي بات يشعر بعض الاشخاص انهم رهينة «آخر الاعلانات» عن السلع والمأكولات والملابس فيقررون شراء كمية منها ليس لقضاء حاجاتهم وحسب وانما لاشباع رغبة ما باتت موجودة لديه بفعل « هوس الشراء» الذي تملّكهم.

ازاء هذا الواقع نشطة الدراسات المعنية بمعرفة توجهات الشرائح الاجتماعية تجاه الصورة الاعلانية للمرأة عبر التساؤل عن: ما مدى اهمية ظهور المرأة في الاعلانات؟ ما اسباب استخدام المرأة في التسويق والترويج؟ ما راي المرأة في الصورة التي تقدم عنها؟ هذا ما حاولت الدكتورة فوزية آل علي (الامارات العربية 2010) الاجابة عليه خلال استطلاع للرأي (12) حول صورة المرأة في الاعلانات، فأستجوبت عينة من 300 سيدة ومن النتائج التي وردت في هذا الاستطلاع ان هناك ممن ابدين استيائهن من الاعلانات والسبب في ذلك بيانه في الجدول التالي:

اسباب عدم الاعجاب بالاعلانات	النسبة المئوية
معظمها ليس لها علاقة بالمرأة	% 7
لان ما يعلن مبالغ فيه عن المرأة	% 2
لانها تعرض المرأة كسلعة	% 90

لهذا عبّرت الغالبية من المستجوبات (91 %) عن عدم رضاهن عن صورة المرأ؛ في الاعلان مقابل 7 % راضيات تماماً، لأن الصورة التي تقدمها الاعلانات عن المرأة هي سلبية تماما برأي من نسبتهن (63 %) في حين لم يقرر الا من نسبتهن (9 %) بأنها ايجابية. والسبب في ذلك الى ان توظيف المرأة وفي الاعلانات هدفه تجاري اكثر منه توعوي كما اشار الجدول التالي:

برأيك لماذا تستخدم المرأة في الاعلان	النسبة
لسبب تجاري	% 60
لسبب تربوي	% 7
لسبب معرفي	% 16
للتوعية والارشاد	% 17

وتبرر ذلك ان المرأة التي تظهر في الاعلانات لا تلتزم عادات وتقاليد مجتمعها حيث تظهر النساء في الاعلانات كنساء متحررات بالشكل والزي واللغة والتصرف، بينما قليلة هي الاعلانات التي تنم عن واقع المجتمع وصورته وتظهر فيها المرأة كمتدينة وكمحافظة. وعن الدور الذي تلعبه المرأة في الاعلان اشارت من نسبتهن (82 %) بأنه ثانوي لا علاقة له في كثير من الاعلانات، وانما تستخدم هنا لغايات اخرى هي الاستمالة بشكلها العاطفي وليس العقلاني

على نحو ما يصور الجدول التالي:

نوع الاستمالة المستخدم في الاعلان	النسبة المئوية
عاطفية	% 87
عقلانية	% 9
عاطفية وعقلانية معا	% 6

على ضوء هذ المعطيات يتبين مدى الاستغلال الذي ينظمّه مهندسو الاعلانات للمرأة بأعتبارها أداة تسويقية وذلك باللعب على الغرائزاذا ما كانت الاعلانات موجهة للرجل أو باللعب على "الاقتداء بالنموذج" اذا ما كانت الاعلانات موجهة للمرأة.. وهذا ما اثار حفيظة المجتمع النسوي للاستخدام الاعلاني بالرفض والاستنكار وعدم الرضا عن الصور التي تُصوّر وتُعرض وتُقدّم . اذ في مجمل الاعلانات هناك ربط دائما بين عرض السلعة ونساء شبه عاريات حتى لو كانت تلك السلع لا تمت الى شؤونهن بصلة كالاعلانات عن شفرات الحلاقة للرجال، ويحاول المعلنون دائما اظهار السلع عنها بأنها الاكثر تفوقا والاكثر جودة والاحسن جمالا وكأن مصصمو الإعلانات مضطلعون بالعوامل النفسية والفكرية عند الانسان، فيخاطبون عالمه اللاواعي من حيث لا يدري في اساليب اغرائية عديدة ليس اقلها الايحاءات الجنسية، القوة البدنية، التطلع نحو الاجتماعي المميز..

خلاصة عامة

يمكــن بشــكل عــام ان نعــرّف التأثــير حــول الســلوك الاعلامــي عنــد الفــرد عــلى انــه بعــض التغيــير الــذي يطــرأ عــلى مســتقبل الرســالة ، فقــد تلفــت الرســالة انتباهــه ويدركهــا، وقــد

تضيف اليه معلومة جديدة وقد تجعله يمون اتجاهات جديدة أو يعدل من اتجاهاته القديمة فتجعله يتصرف بطريقة مغايرة أو يعدل من سلوكه السابق. وقد قسمّ الباحثون التأثيرات المختلفة الناتجة عن الاتصالات الى تأثيرات ظاهرة واخرى كامنة ، وتحدث بعضهم عن التأثيرات المقصودة وغيرهم عن التأثيرات غير المتوقعة التي لم يكن ينوي القائم بالاتصال بها ولكن حدث بالرغم عنه. (التأثير اللغوي عند الاطفال من جراء الشخصيات الهزلية وطريقة تكلمها / أو تلقف الطفل لكلمات الاعلانات السخيفة وـ تأثيرها على محادثته وتكلمه).

ومن التصنيفات التي تذكر حول تأثيرات وسائل الاعلام على السلوك الفردي ما يعرف بالتاثير الآلي او التلقائي وهو ما يحدث عندما نعمد الى شراء صحيفة لنعرف الاتجاهات السياسية لبعض الساسة او آخر النشرات الصادرة عن الهيئات الاقتصادية . وثمة تأثير معنوي يحدث حيث يساهم استهلاك وسائل اعلام الى رفع مكانة الفرد الاجتماعية والمعرفية وتعزيز ذاته بتقدير ما، فالقراءة للصحيفة تؤدي في بعض الاحوال الى تقليل الشعور بالاثم وعدم الاحساس بالنقص وتساعد على تخيل الفرد لنفسه بأن الآخرين – خاصة عندما يقرأ المقالات التي تمتدح جماعته بشغف وتصاريح زعامته - يحققون أهدافاً يأمل هو بتحقيقها ويسعى بنفسه لان يقوله.

لا شك أن تنوع التصنيفات المتعلقة بالـتأثيرات الناتجة عن السلوك الاعلامي، تؤكد انه لا يمكننا ان نجرّد الـتاثير بحد ذاته عن السلوك المنتظر ، لان بالنهاية لا نتحدث عن تأثير لمجرد التأثير وانما عن مجموعة من الاستجابات تُحدث ردود فعل متنوعة عند الفرد عملا بالظروف التي يعايش أو يمرّ.

*هوامش الفصل الخامس:

1) د. مصطفي حجازي: الاتصال الفعال في العلاقات الانسانية، لمؤسسة الجامعية للدرسات والنشر والتوزيع ، بيروت 1990.
2) بسبب إنتشار ظاهرة العنوسة.. منظمات المجتمع المدني تلجأ الى الفيس بوك لمحاربتها. أطلق عدد من منظمات المجتمع المدني العراقي حملة شعبية تهدف إلى القضاء على ظاهرة «العنوسة» أو الحد من ارتفاعها في بلاد الرافدين، بعد صدور تقارير تتحدث عن ارتفاع معدلاتها إلى نحو 44 بالمئة خلال السنوات الماضية. أخذ موقع عوانس على الـ «فيس بوك» في مدينة الديوانية العراقية يستأثر باهتمام نساء المدينة والمدن الأخرى، بعد إنشائه في الآونة الأخيرة، حيث يلعب دوراً مهماً وفاعلاً».
3) د.عبد الرحمن عيسوي، الآثار النفسية والاجتماعية للتلفزيون العربي، دار النهضة العربية، بيروت، د.ت.
4) د.غسان يعقوب، وجوزف طبش، سيكولوجيا الاتصال، دار النهار للنشر، بيروت / لبنان، 1979 ..
5) MICHEAL ARGYLE, the pshychology of happiness, methreen & company, london 1987
6) د.مامون طربية، كيف يمكن ان تعيش الحياة ببساطة، دار المعرفة ، بيروت 2010
7) د.فردريك معتوق،معجم العلوم الاجتماعية : انكليزي – فرنسي - عربي، اكاديميا، بيروت، 1993
8) د.سيلفيا معلوف، موضوعات تطبيقية في علم النفس الاجتماعي، الجامعة اللبنانية، معهد العلوم الاجتماعية، 1983، (غير منشور)
9) جـــون بيتـــنر : الاتصـــال الجماهـــيري- مدخـــل، ترجنـــة عمـــر الحطيـــب، المؤسســـة

العربية للدراسات والنشر بيروت 1987)

10) د.جيهان رشتي، الاعلام ونظرياته في العصر الحديث ، دار الفكر العربي، القاهرة 1971

11) جون بيتنر، المرجع نفسه.

12) د.فوزية آل علي، اتجاهات المرأة الاماراتية في صورة اعلانات التلفزة، ورقة عمل قدمت خلال المؤتمر الرابع عشر للرابطة العربية- الامريكية لاساتذة الاتصال، القاهرة، 2009

نبذة عن المؤلف:

- هو أستاذ جامعي يدرس في جامعات لبنانية عديدة مقررات في مجال:

1. علم الاجتماع العام
2. علم النفس الاجتماعي التطبيقي
3. علم اجتماع العائلة
4. موضوعات خاصة بالأسرة
5. تقنيات في علم النفس الاجتماعي
6. تقنيات التدريب على البحث الاستقصائي.

- هو مؤلف وكاتب في مجالات التعلم الذاتي وبناء الشخصية الاجتماعية، حيث صدر سلسلة كتب ابرزها:

1. "تميز وتواصل بنجاح" دار المعرفة، بيروت 2005.
2. "وصفة معنويات" دار المعرفة، بيروت 2006.
3. "الشخص المناسب" دار المعرفة، بيروت، 2007.
4. "قاموس الاقوياء"، دار المعرفة، بيروت، 2008.
5. "الحياة ببساطة"، دار المعرفة، بيروت 2009.

- **كما صدرت له مؤلفات أخرى منها:**

a. علم الاجتماع في الحياة اليومية، دار المعرفة، بيروت، 2010.
b. الوسائل الإعلامية والجمعيات الأعلية، اية علاقة؟ مركز سمارت للدراسات الإعلامية، 2010.

c. السلوك الاجتماعي للأسرة، دار النهضة العربية، بيروت، 2011.

- **وكتب أخرى قيد الطبع والنشر وهي:**

I. السلوك الاجتماعي للجماعة غير المنظمة.

II. كيف تبني علاقات اجتماعية جيدة.

III. تقنيات البحث الخاصة في علم النفس الاجتماعي.

IV. العنف ضد الأطفال وسبل الحماية.

- هذا فضلاً عن دراسات وأبحاث ومقالات أكاديمية نشرت له في مجلات علمية متخصصة.

- **يتولى حالياً:**

- التدريب على مهارات التواصل الفعال في ورشات عمل متخصصة حول التنمية البشرية.
- إعداد مشاريع وتنفيذ برامج تنمية مع جمعيات أهلية ومنظمات دولية تتعلق بالشباب والخدمة المجتكعية
- المشاركة في العديد من المؤتمرات المحلية والدولية
- تنظيم استطلاعات رأي لمراكز أبحاث إعلامية
- الإشراف على رسائل دراسات عليا لعدد من طلاب الكليات الجامعية في بيروت

للتواصل مع المؤلف:

drtarabey@hotmail.com